VISUELL

SMART PHOTO DIGEST

Das Magazin für moderne Fotografie



DER SCHWEIZER BILDERMARKT

PREISLISTEN UND DIE REALITÄT

VERDIENEN MIT HONORARFREIEN FOTOS



02_2014
ISSN 2198-4611
Deutschland 5,90 €
Österreich 6,80 €
Schweiz 10,50 CHF


depositphotos
Wählen Sie aus Millionen von Stock-Bildern und
genießen Sie einen unglaublichen Rabatt!
20%
Mit dem Promocode:
CS8775455
Geben Sie einfach den
Promocode auf der Website ein
www.depositphotos.com

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

ständig gibt es Veränderungen beim Ein- und Verkauf von Fotorechten auf dem großen und weiter wachsenden Bildermarkt. Täglich finden Sie daher seit Jahren unter der Webadresse „piag.de“ neueste Meldungen von Bildsuchern, Fotoagenturen und aus dem Umfeld der Bildbranche. Über den PictaDay hat piag.de berichtet. Mehr über diese sehr interessante Münchner Veranstaltung finden Sie ab Seite 28.
Die Preissituation beim Ein- und Verkauf von Bildern ist ein aktuelles Thema der vorliegenden Ausgabe. Die Preisempfehlungen vom MFM sind nicht realistisch, aber dennoch hilfreich und eine Fleißarbeit (siehe Seite 16).

Die Print- und Onlineausgabe zusammen mit der eingebundenen SMART PHOTO DIGEST-Ausgabe wurde wie erwartet von den meisten unserer Stammleser begrüßt. Die Onlineversion wird jeweils bereits 8 Tage früher an unsere Abonnenten als PDF versandt. Das eingeführte handliche Sonderformat wird beibehalten, und VISUELL ist und bleibt mit vielen Informationen, Ideen und Anregungen wie seit vielen Jahrzehnten der Impulsgeber für den Ein- und Verkauf von Fotorechten. Die Gesamtausgabe als Print- und Onlinemagazin hat die größte Verbreitung in unserem verhältnismäßig kleinen Fachbereich. Unabhängig von Verbänden und Organisationen werden wir Sie auch zukünftig regelmäßig informieren und freuen uns über die Mitarbeit unserer Leser.

Wir wünschen, dass Sie in VISUELL und dem eingebundenen neuen Heft SMART PHOTO DIGEST interessante und für Ihre Arbeit nützliche Informationen entnehmen können.

Aus dem Süden der Republik
herzliche Grüße aus Baden-Baden

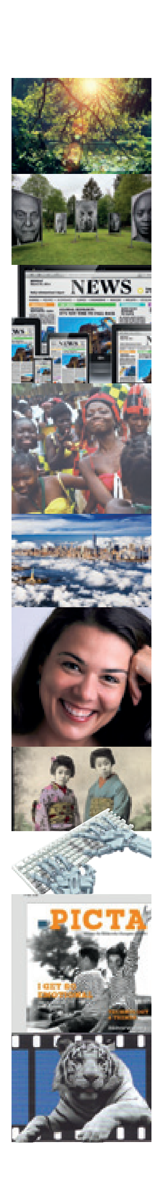
Dieter Brinzer

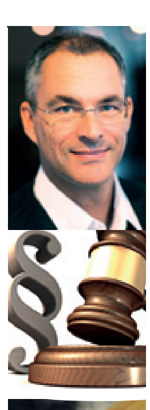
INHALT

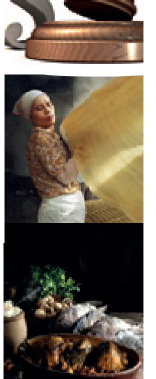


NEWS

THEMEN









BUCHVORSTELLUNG

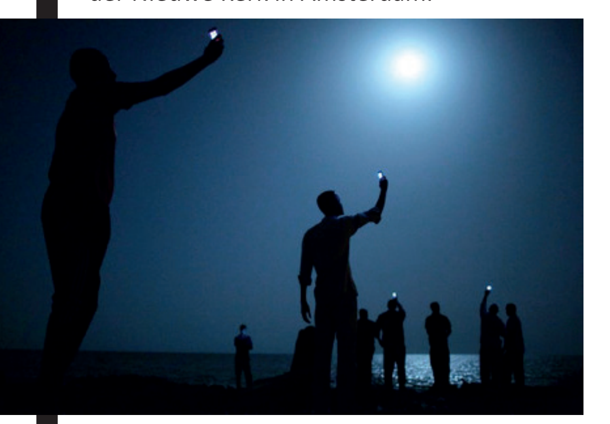
LETZTE MELDUNGEN

SERVICE

+++ NEWS/EVENTS +++

WORLD PRESS PHOTO AWARD

In diesem Jahr geht der weltweit prestigeträchtigste Preis für Pressefotografie, der World Press Photo Award, an den US-amerikanischen Fotografen John Stanmeyer.
Stanmeyer überzeugte die Jury mit seinem für den „National Geographic“ aufgenommenen Foto einer Ansammlung afrikanischer Migranten am Strand von Dschibuti, die ihre Handys in die Höhe halten, um so preiswert ein Empfangssignal aus dem benachbarten Somalia zu erhalten, um Kontakt zu ihren Freunden und Verwandten aufnehmen zu können.
Das Foto „Signal“ kam auch auf Platz 1 in der Kategorie „Contemporary Issues“.
Um den in neun Kategorien ausgeschriebenen Wettbewerb bewarben sich 53 Fotografen aus 25 Ländern. Der/die Erstplatzierte erhält jeweils 1.500 Euro; John Stanmeyer für das Pressefoto des Jahres 10.000 Euro.
Die Preisverleihung fand während der „Awards Days“ vom 24. bis 25. April statt. Die diesjährige Wanderausstellung der prämierten Fotos durch mehr als 100 Städte weltweit beginnt in der Nieuwe Kerk in Amsterdam.



© John Stanmeyer; National Geographic

ANGKOR PHOTO FESTIVAL 2014



Angkor Wat Foto: fotolia

Siem Reap, Hauptstadt der gleichnamigen Provinz in Kambodscha und im Schatten der Tempel von Angkor gelegen, wartet mit dem größten Fotofestival in Südostasien auf.
Das Angkor Photo Festival ist das erste in dieser Weltregion, wurde 2005 ins Leben gerufen und findet in diesem Jahr vom 29. November bis 6. Dezember zum zehnten Mal statt. Es dient vor allem als Plattform für Nachwuchsfotografen, die sich in Ausstellungen präsentieren und in den Angkor Foto-Workshops unter Anleitung bekannter und erfahrener internationaler Fotografen ihre Fähigkeiten trainieren und ausbauen können.
http://angkor-photo.com/
http://angkor-photo.com/call-submissions/

2. FOTOGIPFEL IN OBERSTDORF



Freiluftpräsentation 2013. Foto: Fotogipfel

Vom 8.-14. Juni findet in Oberstdorf der 2. Oberstdorfer Fotogipfel statt. Schwerpunkt dieses Events ist diesmal Heimat. Wie gewohnt werden vor dem traumhaften Alpenpanorama verschiedene Outdoor-Installationen und Ausstellungen gezeigt.

Namhafte Dozenten der Fotoszene zeigen bei ihren Seminaren Hobby- und Profifotografen, wie außergewöhnliche Bilder entstehen und digital optimiert werden können.

Weitere Angebote der Veranstaltung sind Fotowanderungen, Multimedia-Shows, Konzerte, ein Fotomarkt und ein Fotowettbewerb zum Thema „Zeit".

http://www.fotogipfel-oberstdorf.de

PHOTOKINA 2014

Zur photokina vom 16. bis 21. September rechnen die Veranstalter (Koelnmesse und Photoindustrie-Verband) erneut mit rund 1.000 ausstellenden Unternehmen aus circa 40 Ländern. 2012 kamen rund 185.000 Besucher aus 166 Nationen nach Köln, um sich über aktuelle Trends und Techniken rund um das Bild zu informieren.

Vom 16. bis 21. September werden neben den aktuellen Produktneuigkeiten aus der Imagingwelt auch Action-Cams unf Fotokameras mit Video-Funktion präsentiert. Auch wird demonstriert, wie die Geräte einfach vernetzt werden können.

Die Messe wird in diesem Jahr durch Themenwelten strukturiert.

So finden sich Kameras, Objektive & Equipment in der Themenwelt "capture your world", Licht, Blitze & Stative bilden die Themenwelt "light up your world".

Angebote, die sich mit dem Speichern, Verbinden und Übertragen von Bildern und Daten befassen, werden unter „share your world" zusammengefasst, „create your world" ist die Themenwelt, die die Angebote rund um Eingabe, Editierung & Verarbeitung beinhaltet.

Alle Angebote und Dienstleistungen rund um Finishing, Druck & Präsentation finden sich unter der Überschrift „show your world".

Ein beeindruckendes Programm mit Kongressen, Workshops, Symposien, Live-Shootings, Bilderschauen und vielen Special Events auf dem Messegelände und in der ganzen Stadt runden das Konzept der photokina ab.

+++ NEWS/EVENTS/VERLAGE +++

LUMIX FESTIVAL



Vom 18. bis 22. Juni 2014 findet das LUMIX Festival, das sich inzwischen zu einem der bedeutendsten Festivals für jungen Fotojournalismus in Europa entwickelt hat, zum vierten Mal statt. Veranstalter des Festivals sind die Fachhochschule Hannover und der Fotojournalisten-Verband FREELENS. Auf dem ehemaligen Expo-Gelände in Hannover mit seinen vielen Pavillons wird ein volles Programm aus Ausstellungen, Multimedia-Shows, Vorträgen mit weltbekannten Fotografen als Referenten und Podiumsdiskussionen geboten. Zum Abschluss des Festivals werden der FREELENS Award, der LUMIX Multimedia Award sowie der Lammerhuber Photography Award vergeben.

Studenten und professionelle Fotoreporter aus aller Welt bis zum Alter von 35 Jahren konnten sich mit ihren Reportagen, Essays und Serien mit journalistischem Charakter für die Teilnahme am Festival bewerben. 60 von ihnen sind nun ausgewählt worden und werden eingeladen, ihre Bilder auszustellen. Beworben hatten sich knapp 1200 Fotojournalistinnen und –journalisten aus 71 Ländern. Auch die Kandidaten für den LUMIX Multimedia Award stehen fest. Dafür wurden 21 Multimedia-Reportagen ausgewählt.

http://www.fotofestival-hannover.de/

MEDIENPREIS BILDUNGSJOURNALISMUS

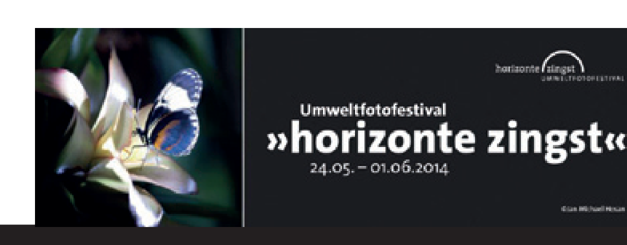
Die Deutsche Telekom Stiftung schreibt den Medienpreis Bildungsjournalismus aus. Es werden herausragende Leistungen von Journalisten aller Medientypen (Print, Online, Radio, Fernsehen) gesucht, die deutschsprachig über Bildung, Bildungspolitik, Bildungspraxis oder Bildungskritik berichten.

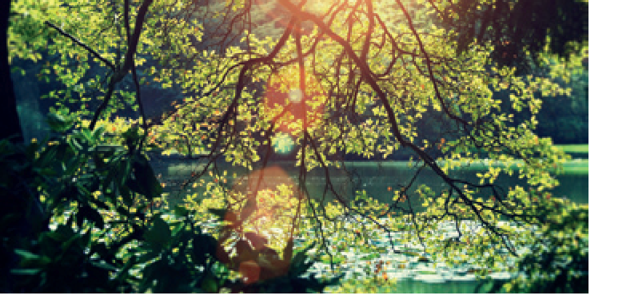
Es wird jeweils ein Preis für einen Print-Journalisten und für einen TV-, Radio- oder Online-Journalisten vergeben. Beide Preise sind mit je 10.000 Euro dotiert. Es wird außerdem ein Nachwuchspreis in Höhe von 3000 Euro verliehen. Es sollen damit Journalisten gefördert werden, die dafür sorgen, „dass Bildungspolitik und Bildungspraxis der breiten Öffentlichkeit näher gebracht werden".

UMWELTFOTOFESTIVAL „HORIZONTE ZINGST"

Vom 24. Mai bis 1. Juni 2014 findet hoch im Norden Deutschlands das Umweltfotofestival „horizonte zingst" zum siebten Mal statt. Unter dem Motto „See You" vermitteln national und international renommierte Fotografen in Ausstellungen und Workshops den Weg zu besseren Bildern.

„horizonte zingst" behandelt große und wichtige Themen unserer Zeit, und das in der Verbindung mit der modernen Form des Bildermachens, der digitalen Fototechnik. Am





zweiten Wochenende gibt es dazu wieder den Zingster Fotomarkt mit mehr Marken und Ausstellern als je zuvor.
Aber nicht nur das Umweltfotofestival „horizonte zingst“ lockt alljährlich Scharen von Besuchern an, auch der „Aktive Foto-Herbst Zingst“ steht dem in nichts nach. Denn hier zeigt sich das Ostseeheilbad von einer ganz besonderen Seite – mit einem speziellen Licht und prächtigen Farbgebungen.
Der „Aktive Foto-Herbst Zingst“ startet am 19. September und dauert bis zum 2. November 2014.

www.erlebniswelt-fotografie-zingst.de/fotofestival.html

+++ VERLAGE +++

AUFLAGENSTEIGERUNGEN IM DREISTELLIGEN BEREICH

Die traumhaft steigenden Verkaufszahlen der ePapers würden sich die Verlagshäuser von ihren Tageszeitungen wünschen. Die Auflagen der Tageszeitungen sinken nämlich kontinuierlich. Die Höhenflüge der ePaper-Verkäufe erreichen dagegen Steigerungen von teilweise mehreren hundert Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Nummer 1 der ePapers ist die F.A.Z., die per Abo und Einzelverkauf mehr als alle anderen umsetzt. Nur knapp dahinter erreicht die BILD-Deutschland den zweiten Platz. Den dritten Platz belegt die Süddeutsche Zeitung.

ZEITUNG DIGITAL 2014

Am 4. und 5. Juli 2014 treffen sich in Berlin auf einer interessanten Vortragsbühne Referenten aus dem In- und Ausland.
Hier wird diskutiert über das digitale Geschäft der Verlage mit Geschäftsführern, Redakteuren, Verlags- und



Anzeigenleitern, Marketingexperten sowie allen Verantwortlichen im Bereich Online und Mobile. Über ein Dutzend namhafte Referenten von deutschen Medienunternehmen sowie aus Skandinavien, Frankreich und der Bundesrepublik wurden angekündigt.

FOCUS.DE MEHR BESUCHER ALS SPIEGEL.DE

Die neuesten Zahlen der AGOF-Studie bestätigen, dass Focus.de im Februar 2014 erstmals den großen Konkurrenten Spiegel Online in Bezug auf die Anzahl der User hinter sich gelassen hat.
Focus.de konnte 11,98 Millionen Unique User verzeichnen, Spiegel.de hingegen nur 11,44 Millionen.
„Wir wachsen schneller als der Markt“, sagt Focus.de-Chefredakteur Daniel Steil dazu. Nun wolle man auch das schnellste „ Nachrichtenportal Deutschlands“ werden. Den Rekord bei der Online-Präsenz hält BILD. Obwohl die Zeitung 2013 ein Bezahlmodell eingeführt hat kann die Boulevardzeitung mit 16,17 Millionen Unique Usern aufwarten.

+++ AGENTUREN+++

MIT BILDERN NACH BILDERN SUCHEN

In Zeiten überquellender Bildarchive auf der Festplatte hilft die visuelle Ähnlichkeitssuche eher als ein Suchbegriff. Im Test ging die Spannbreite zwischen „kaum zu gebrauchen“ bis zu Trefferquote von über 80 Prozent.
Ein Bildarchiv durchsuchen die meisten wohl immer noch mittels Stichwörtern, die sich hoffentlich im Dateinamen oder in den Metadaten der Bilddatei wiederfinden. „Man kann sich aber die aufwendige Verschlagwortung sparen, wenn man Bilder als Suchvorgabe wählt“, meint Dr. Jürgen Rink, Chefredakteur bei der Heise Medien Gruppe. „Die visuelle Ähnlichkeitssuche ist nicht so zuverlässig wie das menschliche Auge. Sie spart jedoch Zeit, wenn man zu einem vorhandenen Bild Dubletten, Varianten oder ähnliche Bilder finden möchte.“
Getestet wurden 27 professionelle Bildanbieter. „Die vielversprechendsten acht Programme wurden anschließend genauer unter die Lupe genommen und einem ausführlichen Testverfahren unterzogen“, so Jürgen Rink. Besonders gut abgeschnitten hat Photoshop Elements von Adobe. Mit einer Trefferquote von knapp 85 Prozent ist die Ähnlichkeitssuche des Programms ein nützliches Feature. Versagt hat zumindest in dieser Disziplin der kostenlose RAW-Entwickler Digikam, der nur knapp 8 Prozent erkannte. Fotografen müssen außerdem wissen, wie sich ihre Bilder im Internet verbreiten, besonders in Bezug auf Urheberrechtsansprüche. Die Ähnlichkeitssuche im Web kann dabei nützlich sein. Wer das Web jedoch vollautomatisch nach seinen Bildern durchsuchen möchte, muss tief in die Tasche greifen. Bei den kostenlosen Diensten von Google oder Microsoft sind die Ergebnisse der Ähnlichkeitssuche karg ausgefallen (Quelle e’t Digitale Fotografie).

DPA UND AP
– DIE SPANISCHE KOORPERATION

In Zukunft wollen die dpa und die Nachrichtenagentur Associated Press (AP) auch in Spanien enger zusammenarbeiten. Sie werden dort ihre Dienste gemeinsam anbieten. Seit Anfang April vertreibt AP am spanischen Markt ebenfalls den spanischen Weltnachrichtendienst der dpa, während dpa ihren Kunden zusätzlich die Bilderdienste von AP anbieten kann.
Bereits seit 53 Jahren beliefert die dpa Zeitungen, Radio- und Fernsehstationen sowie Onlinemedien in Lateinamerika, den USA, Spanien, Portugal und Italien mit einem eigenen spanischsprachigen Textangebot. Bei der Berichterstattung liegen die Schwerpunkte auf Politik, Sport und Kultur.
Bei der Bildversorgung kooperiert dpa in Spanien bereits mit der nationalen Agentur EFE und der European Pressphoto Agency (epa). Zusätzlich können den dpa-Kunden jetzt auch als weitere Quellen die Bilderdienste der AP angeboten werden. AP wird neben ihren Bilderdiensten und einem eigenen spanischsprachigen Textangebot den spanischen Weltnachrichtendienst der dpa vertreiben.

DIE MARY EVANS PICTURE LIBRARY

Eine der weltweit führenden Agenturen für historische Bilder hat kürzlich ihrem Portfolio mehr als 9000 Bilder des Archivs der National Aerospace Library, Teil der Royal Aeronautical Society, hinzugefügt.
Die Library oft the Royal Aeronautical Society wurde 1866 gegründet und ist damit die älteste Luftfahrtvereinigung der Welt. Unter den Hunderten von faszinierenden Bildern und Fotografien der Society sind Aufnahmen der Inneneinrichtung der Graf Zeppelin LZ 127 aus den 1930ern, Bilder von Charles Rolls im Korb seines Heißluftballons Midget und vom ersten Luftpost-Flug zwischen Windsor und Hendon im Jahre 1911.
Luftfahrzeug-Ikonen einschließlich der Supermarine Spitfire, der Hawker Hurricane und der Concorde mit außergewöhnlichen Aufnahmen sowie Darstellungen der Luftfahrtpioniere wie Charles Lindbergh, Louis Blériot, Jean Batten, Amy Johnson und Samuel Cody sind im Archiv der National Aerospace Library zu finden.
Die Kollektion der Royal Aeronautical Society ist unter dem Link: www.maryevans.com/lb.php?ref=25974 zu sehen.

BILDAGENTUR UND INDUSTRIE

Die Frankfurter Bildagentur und dpa-Tochter picture alliance übernimmt ab sofort exklusiv die Vermarktung von ausgewählten Bildern des Studio Condé Nast aus München. Das Portfolio von picture alliance wird so um besonders hochwertiges Bildmaterial bereichert. Das Studio Condé Nast produziert für die Publikationen des Verlags sowie für die Corporate-Publishing-Kunden der Condé Nast Manufaktur.

+++ RECHT +++

BERUFSFOTOGRAFEN UND IHRE RECHTE

Das Oberlandesgericht Hamm hat am 13.02.2014 eine Entscheidung verkündet (AZ: 22 U98/13) über die Bemessung von Schadensersatzansprüchen. Nach den Ausführungen können hochwertige Fotos durchaus nach den Regeln der Mittelstandsgemeinschaft Fotomarketing (MFM) bewertet und herangezogen werden.

Begründet wird dies, dass Berufsfotografen andere technische Möglichkeiten haben und einsetzen wie Amateurfotografen. Von Berufsfotografen wird daher eine höhere Qualität erwartet. Da es aber auch Bilder mit „Minderqualität“ gibt, die trotzdem zur Veröffentlichung kommen, kann die relativ hoch angesiedelte Honorartabelle der MFM bei der Schadensersatzhöhe nicht herangezogen werden.

Die Aufnahmen von Berufsfotografen können daher bei Urheberrechtsverletzungen rechtlich höher bewertet werden. Mit diesem Urteil werden die Rechte für Berufsfotografen erheblich gestärkt. Dieser Entscheidung des Oberlandesgerichts Hamm kommt daher eine große Bedeutung zu.

„CLOSER“ MUSS ZAHLEN

Das Magazin „Closer“ enthüllte die Affäre um Julie Gayet und François Hollande. Wegen dieser Enthüllung ist das Klatschblatt von einem Gericht in Nanterre bei Paris zur Zahlung von 15.000 Euro an die 41-jährige Julie Gayet verurteilt worden. Ursprünglich hatte Gayet für die von „Closer“ enthüllte Liebesaffäre, die weltweit Schlagzeilen machte, 50.000 Euro Schadensersatz verlangt.



+++ VERBÄNDE +++

AKKREDITIERUNG MUSS AUCH BLOGGERN OFFENSTEHEN

Wer beruflich als Journalist tätig ist und dies nachvollziehbar nachweist, sollte bei Akkreditierungen zugelassen werden. “Das Journalistenzentrum Deutschland stellt sich uneingeschränkt hinter die Kollegen, welche als Blogger berichterstattend tätig sind“, sagte Kerstin Nyst, Pressesprecherin des Journalistenzentrums Deutschland. „Es wäre sachlich nicht nachvollziehbar, wenn hier dahingehend eine Unterscheidung getroffen werden würde, in welchen Medien berichterstattend publiziert wird.“

Der Nachweis der beruflichen Tätigkeit muss nach ihrer Meinung über einen Presseausweis geführt werden können, der von anerkannten Berufsverbänden ausgestellt wird.

+++ SONSTIGES +++

DIE AUSSTELLUNG KAM PER POST



Die dritte Ausgabe des neuen BFF Magazins erschien wieder in dem Format 32 x 46 cm und mit beachtlichen 170 Seiten. Dieses Magazin fällt einfach aus dem gewohnten üblichen Rahmen. Dieser Berufsverband lässt sich immer etwas Neues und Ausgefallenens einfallen. Rebel Sell ist das Thema der gerade erschienenen Ausgabe.

Die rund 100 Bilder, die in dem neuen, riesigen Heft, vorgestellt werden, sind in dem großen Format eine konzentrierte Ausstellung von Bildern. Sie zeigen die Vielfalt der Gestaltungsmöglichkeiten und kreative Ideen. Ein tolles visuelles Heft.

Das Magazin ist im Buchhandel zum Preis von 29,00 Euro zu beziehen.

NEUES KONZEPT

Das monatlich erscheinende „medium magazin“ stellt ein neues Erscheinungskonzept vor.

Im monatlichen Wechsel wird das Magazin einmal als PDF- und einmal als Printversion erscheinen.

In der ersten PDF-Ausgabe soll mit einer Ideenwerkstatt für Redakteure und freie Journalisten begonnen werden.

Bei der Printausgabe wird sich auch etwas ändern. Es wird künftig jeder gedruckten Ausgabe des „medium magazin“ „Berlin intern“ als Heft im Heft beiliegen.

FOTOGRAF UND KRIEGSREPORTER

(up) Die Edition Braus hat einen Bildband mit Fotografien des Kriegsreporters Thomas Bill-hardt herausgebracht. Seine Bilder zeigen die Schrecken des Krieges als beherrschendes The-ma, aber auch heitere und freundliche Aufnah-



men hat Billhardt in Farbe und Schwarz-Weiß auf seinen zahlreichen Reisen zu den jeweiligen Brennpunkten des Weltgeschehens gemacht. Billhardt war in der ehemaligen DDR einer der bekanntesten Fotografen, genoss zahlreiche Privilegien und durfte auch Auslandsreisen unternehmen. Gezeigt werden Bildreportagen u.a. aus Vietnam, Chile, Kuba, der Sowjetunion, Bangladesch, Italien, dem Libanon und Nicaragua.

Auch den Fall der Mauer hat Billhardt mit seiner Kamera festgehalten. Komplettiert wird der Band durch ein Essay des Autors Stefan Lüddemann, in dem das außergewöhnliche Leben Billhardts nachgezeichnet wird. Außerdem werden die Hintergründe zur Entstehung der Bilder beschrieben.

Thomas Billhardt, Fotografie, 256 Seiten, etwa 500 Abbildungen, Hardcover, Format der deutschen Ausgabe 24 x 30 cm, ISBN 978-3-86228-048-3, Edition Braus, Berlin 2013, € (D) 49,95 / € (A) 51,40 / € CHF 66,90



PREISLISTEN UND DIE REALITÄT

Zu welchem Preis? Bei allen Handelspartnern wird diese Frage gestellt, wenn man sich mit einem Kauf beschäftigt oder sich entschlossen hat, etwas zu erwerben.

von Dieter Brinzer

Beim Erwerb von Fotorechten und Lizenzen ist es im publizistischen Umfeld nicht anders. Die beiden Verhandlungspartner „Bildanbieter“ und „Bildnutzer“ müssen sich auf einen Preis einigen. In der Vergangenheit ging es um den Verwendungszweck, die Auflage, die Größe der Bildverwendung, über eine Einmal- oder Mehrfachnutzung usw. Im Prinzip sind auch heute noch dies die Richtungswerte, die allerdings nicht mehr in allen Fällen gelten. Nach der neuesten Preisempfehlung der MFM hat sich hier in den letzten Jahren nicht viel verändert. Zwar steigt bei allen Medien erfreulicherweise der Bildbedarf von Jahr zu Jahr. Gleichzeitig werden aber immer mehr Bilder angeboten, und die Bildinflation spüren jetzt auch Großanbieter wie Getty oder Microstock-Agenturen und Bilddatenbanken. Letztere haben Millionen Bilder im Angebot, und so war es von Getty ein logischer Schritt, 35 Millionen Fotos gratis auf den Markt zu bringen. Bildagenturen, die hart um ihre Zukunft und Existenz ringen, verstehen diesen Schachzug der weltweit größten Bildagentur nicht. Microstock-Agenturen bieten beim regelmäßigen Einkauf Bilder für wenige Cent zur fast beliebigen mehrfachen Nutzung.

In den meisten Fällen regelt die Bildnachfrage die Honorarfrage und ist für den Endpreis ausschlaggebend. Schlechte Zeiten sind dies für Fotografen, Bildagenturen und Archive. Die Branche leidet unter dem enormen Bildangebot und dem damit verbundenen Preisverfall. Es gibt aber auch noch Bildverbraucher, die für besonders gute und interessante Motive gute Honorare bezahlen. Für welchen Preis? Gehandelt wird in der Bildbranche schon immer, und das Verhandeln von Preisen hat stark zugenommen.

Eine Umfrage bei eingeführten Bildanbietern ergab, dass im günstigsten Normalfall noch 50 % oder weniger der einstmals guten Honorare erzielt werden. Soweit eine Redaktion unbedingt schnell oder ein nur bei einer bestimmten Agentur vorhandenes Bild wünscht, werden höhere Preise akzeptiert. Dies ist die Realität beim Ein- und Verkauf von archivarisch bereitgestellten Bildern auf dem Stockmarkt. Besonders betroffen von den niedrigen Preisen sind kleinere Agenturen, Fotografen und Bildjournalisten. Die großen Agenturen mit entsprechend höheren Umsätzen sind noch in der Lage, bei dem Preiskampf mitzuhalten. Doch durch diese Entwicklung sind

auch ihre Preise in den meisten Fällen nach unten korrigiert worden.

Werbeagenturen, die früher zu den besten Umsatzbringern gehörten, kaufen ihre Fotorechte immer weniger bei Bildagenturen und sind längst nicht mehr die guten Kunden wie in den vergangenen Jahren.

Weniger betroffen vom Honorarverfall sind Fotos aus den Bereichen Sport und Politik sowie von Stars und Persönlichkeiten und aktuelle Fotos vom Tagesgeschehen. Ein Journalist, der auch fotografiert und bei einer Tageszeitung freiberuflich tätig ist, erhält nach seinen Angaben für ein Foto 12,50 €, obwohl es nach den Richtlinien der MFM-Honorarempfehlungen 30,00 € sein sollten. Diese MFM-Honorarempfehlungen von 2014 sind unrealistisch hoch angesiedelt, was die Herausgeber und die Vertreiber der Honorarbroschüre (BVPA) sicher nicht gerne hören. Die Realität ist aber einfach eine ganz andere. Nach Aussage des zuständigen Redakteurs für diese Preisempfehlungen wurden die Honorare aufgrund von Mitgliederangaben zusammengestellt, die vorwiegend dem BVPA angehören oder eigenständig ohne Verbandsbindung in der Bildbranche aktiv tätig sind. Die 100 Seiten umfassende Honorarbroschüre ist eine Fleißarbeit des Herausgebers und bietet eine Grundlage für eigene Verhandlungen.

Hunderte von Verwertungsmöglichkeiten werden vorgestellt. Bei Streitfällen vor Gericht werden in den meisten Fällen die hier publizierten Empfehlungen zugrunde gelegt. Die eigentlichen Preise bei Bildverkäufen regelt der Markt selbst. Angebot und Nachfrage, Verfügbarkeit und zunehmend auch die Qualität der Motive beeinflussen einen Preis, der heute immer mehr ausgehandelt wird. Alle Agenturen gewähren ihren Großabnehmern Flatrates mit Preisen, über die man jedoch nach außen keine Angaben macht. Über dieses heikle „Preisthema“ kann sich nur eine völlig unabhängige Fachzeitschrift in dieser Form äußern. Unsere Hauptlesergruppe, die Bildeinkäufer, aber auch die Fotoanbieter, wollen sachliche und realistische Daten zur Preisgestaltung. Leider sind die Aussichten für den allgemeinen Bildmarkt für die Anbieterseite längst nicht mehr so rosig wie noch vor wenigen Jahren. Dies spüren zunehmend auch die großen Bildanbieter, die viele Fotos zu sehr niedrigen Preisen verkaufen müssen, um finanziell einigermaßen über die Runden zu kommen.

ALTBEKANNTES IN NEUEM GLANZ

Zu den „Senioren“ der Bildagenturen in Deutschland gehört die von Susanne Schapowalow im Jahr 1980 gegründete Bild-Agentur. Auch heute wird sie unter diesem Namen als GmbH geführt. Der Schwerpunkt der Agentur war und ist die Reisefotografie. Weltweit gehören dazu die klassischen Themen: Länder, Städte, Sehenswürdigkeiten, Natur und Landschaften. Aber auch Architektur, Lifestyle und das Thema Food gehören heute zum Angebot.

(up) Die kürzlich erfolgte Übernahme der Agentur durch Giovanni Simeone, der selbst professioneller Fotograf und Inhaber der Agentur Sime Photo ist, hat frischen Wind und neue Ideen eingebracht. Das Unternehmen wurde von Grund auf neu strukturiert und große Teile des Bildbestandes erneuert. Das Reise-Portfolio wurde um zahlreiche Destinationen erweitert, und es kamen über 50 neue Fotografen zur Agentur. Nach dieser Verjüngungskur zeigt sich die Agentur Schapowalow in einem neuen Look, einer moderneren Bildsprache und ungewöhnlichen Perspektiven. Neue Farben, ein entsprechend angepasstes Logo und eine neue Website sind Zeichen der Veränderungen



Schapowalow vertreibt hauptsächlich Rights Managed (RM) Bilder, verfügt inzwischen aber auch über eine Royalty Free (RF) Kollektion. Verkauft wird das Material in Deutschland, Österreich und in der Schweiz sowie über Picturemaxx und Fotofinder.
Über 60 Kontributoren und ein internationales Agenturnetzwerk, wie Atlantide, Sime Photo, 4Corners Images und die Bildagentur Huber, versorgen Schapowalow mit erstklassigen Reisefotos. Alle Bilder sind bis mindestens A3 druckbar, und es gibt auch eine XL Kollektion für extrem Großformatiges.
Besonders interessant ist NY.SEE – ein fortlaufendes, mehrjähriges Fotoprojekt über New York. Der Wandel im Laufe der Zeit und unbekannte Perspektiven jenseits der Mainstream-Fotografie werden gezeigt. Interessierte können bereits erste Resultate des Projekts und den dazugehörigen Film unter www.schapowalow.de/new-york-city-stock-photos/ ansehen.





Die Think Content!-Autorin, Miriam Löffler

THINK CONTENT!

(up) Die Inhalte von Webseiten können über Erfolg und Misserfolg eines Unternehmens entscheiden. Über die Texte auf den Webseiten wurde in den vergangenen Jahren viel geschrieben, aber zum Thema Content-Marketing fehlte bisher eine gut lesbare Zusammenfassung. Die hat die Autorin Miriam Löffler jetzt geliefert. In ihrem Buch „Think Content" erläutert sie alle wichtigen Aspekte, von der Content-Planung über die Themensetzung, Produktion, Vermarktung, Story-Telling und Usability.
Inhaltlich verliert das Buch nie seinen roten Faden und eignet sich nicht zuletzt wegen seines gut geordneten Aufbaus als Nachschlagewerk. In zahlreichen Beispielen beweist die Autorin ihre Praxisnähe, ebenso mit Tipps, Checklisten und Tabellen. Pflichtlektüre für Content-Produzenten sowie PR- und Marketingverantwortliche.

Miriam Löffler: Think Content!, Galileo Computing: 627 Seiten, ISBN: 978-3-8362-2006-4, € 29.90

IMAGO UND LANDMARK MEDIA

Die englische Fotoagentur Landmark Media ist neuer Partner von imago und liefert Bildmaterial aus den Bereichen People und Entertainment. Landmark Media aus London wurde 2004 gegründet.
Die Basis für die Agentur legten die Bildarchive People in Pictures und Kudospix, die bis in die 80er Jahre zurückgehen.
Imago hat begonnen, aktuelles Bildmaterial von Landmark Media in die Datenbank zu übernehmen. Kunden haben Zugriff auf das Bildarchiv von ca. 1 Million Bildern von Landmark Media.

SICHERHEIT FÜR PDF

(up) In immer mehr Unternehmen ersetzen digitale Dokumente die herkömmlichen aus Papier. Dabei spielt neben Faktoren wie Umweltschutz und geringeren Kosten auch die verbesserte Effizienz eine Rolle. Das wahrscheinlich am häufigsten genutzte digitale Dokument ist eine PDF-Datei. Damit gewährleistet ist, dass es ebenso sicher ist wie ein unterschriebenes herkömmliches Dokument, gibt es digitale Signaturen. In vielen Fällen wird mit den Dokumenten eine sog. Prüfsumme übermittelt. Der Empfänger muss dann ebenfalls eine Prüfsumme erzeugen, um feststellen zu können, ob das Dokument wirklich unverändert bei ihm angekommen ist und ob der Absender der ist, der zu sein er vorgibt.

Durch ein „GlobalSign PDF Signing“ ist es für jeden ersichtlich, wer ein Dokument unterschrieben hat und dass das Dokument danach nicht mehr verändert wurde. Diese Signatur ist zudem mit einem Zeitstempel versehen, um auch zeitkritische Vorgänge nachvollziehen und belegen zu können. Die icertificate GmbH hat ihr Portefeuille um die Signatur Produkte von GlobalSign erweitert. Neben SSL-Zertifikaten werden auch Token-Lösungen angeboten, um PDF-Dokumente zu sichern.

JUBILÄUMSJAHR DER FOTOGRAFIE



Gelungener Auftakt im Jubiläumsjahr der Fotografie: Prof. Dr. Gottfried Jäger (Mitte) wird mit dem Kulturpreis 2014 ausgezeichnet.

(up) Das Symposium „Missing Links & Forschungslücken“ war ein voller Erfolg. Mehr als 200 Besucher nahmen an der Veranstaltung der Deutschen Gesellschaft für Photographie (DGPh) vom 6. bis 8. März in der Berlinischen Galerie teil. Der Kunsthistoriker Prof. Dr. Wolfgang Kemp hielt den sehr vielschichtigen Einführungsvortrag zur Geschichte der Fotographie. An den beiden folgenden Tagen ging es dann um Themen wie Fotorestaurierung bis hin zur Technik der Bildübertragung.

DGPH-Kultupreisträger Prof. Klaus Honnef (2011) referierte über die Forschungslücken, die für den Zeitraum 1933 bis 1945 bestehen und Michael Biedowicz von der „Zeit“ berichtete über die tägliche Arbeit mit der Ware „Bild“.

Am Abend des zweiten Tages wurde Prof. Dr. Gottfried Jäger mit dem Kulturpreis 2014 ausgezeichnet. Die Laudatio hielt der Literaturwissenschaftler Prof. Dr. Bernd Stiegler. Der Geehrte mache das Innere der fotografischen Prozesse zum Gegenstand der Fotografie, stellte Stiegler fest. Jäger reiht sich ein in eine Liste mit bedeutenden Persönlichkeiten, die den DGPH-Kulturpreis erhalten haben, wie David Hockney, Steven J. Sasson, Henri Cartier-Bresson und Man Ray.



ARKIVI BIETET HISTORISCHES BILDMATERIAL

(up) Die Bildagentur Arkivi vermarktet Bildmaterial aus der Zeit zwischen 1880 und 1945. Thematisch wird ein breites Spektrum abgedeckt, Bilder von historischen Persönlichkeiten sowie Tieren und Stadtansichten können ebenso gefunden werden wie Fotos zum Thema Transport und Verkehr. Das Unternehmen wendet sich mit seinem Portfolio grundsätzlich an jeden, der sich für historisches Bildmaterial interessiert. Im gewerblichen Bereich sind dies vor allem Verlage, Bildredaktionen und Werbeagenturen. Aber auch Unternehmen, die Handelsprodukte herstellen und historische Motive nutzen wollen, werden bei Arkivi fündig.
Jeden Monat werden etwa 20.000 neue Bilder dem Bestand hinzugefügt. Mehr unter www.arkivi.de.

DASH CAM AUS LÜDENSCHEID

(up) Assmann Electronic hat eine neue Autokamera im Sortiment. Die handliche Dash Cam von ednet zeichnet den Sichtbereich des Fahrers auf und glänzt durch zahlreiche Extras wie Full-HD-Auflösung, leistungsstarke Nachtsicht-LEDs, 3-fach Zoom und Bewegungserkennung. Die Aufnahmen können nach Unfällen bei Gericht und für die Beweissicherung verwendet werden.

Die Kamera kostet unter 100 Euro und wird an der Windschutzscheibe oder auf dem Armaturenbrett befestigt. Sie kann Autofahrten entweder permanent aufzeichnen oder in Intervallen von 1,2,3,5 oder 10 Minuten Schnappschüsse anfertigen. Sobald die 32GB-Speicherkarte voll ist, überschreibt die Kamera die ältesten Aufnahmen automatisch. Eine 120-Grad-Weitwinkel-Glaslinse sorgt für einen großen Aufzeichnungsbereich. Durch die Bewegungserkennungsfunktion kann sich die Kamera bei entsprechender Programmierung selbst einschalten, wenn sich der Wagen in Bewegung setzt. Das integrierte Mikrofon kann stumm geschaltet werden, dadurch ist das Gerät auch in Bussen oder Taxen erlaubt.



CORBIS ODER GETTY?

(up) Wer hat mehr Bilder? Corbis ist ein US-amerikanisches Unternehmen für digitale Medien. Es wurde von Microsoft-Besitzer Bill Gates gegründet und verkauft Fotos und Filmmaterialien sowie die damit verbundenen Rechte. Gates wollte sich ursprünglich Medieninhalte sichern, die gegen Lizenzgebühren auf Plasmabildschirme projiziert werden sollten. Letztere sollten in absehbarer Zeit den traditionellen Bilderrahmen ersetzen.

Der Bildbestand umfasst mehr als 100 Millionen Fotos, damit konkurriert Corbis mit Getty Images um den Rang des größten Bild- und Medienarchivs der Welt. Der Hauptsitz von Corbis befindet sich in Seattle im US-Staat Washington. Insgesamt existieren 21 Niederlassungen in Nordamerika, Australien, Europa und Asien. Das Corbis-Archiv beinhaltet einige berühmte Sammlungen wie die Andy Warhol Foundation sowie das Conde-Nast Archiv mit vielen historischen Aufnahmen. Im Jahr 1995 übernahm Corbis auch das Bettmann-Archiv. Dessen rund 11 Millionen historische Medien mussten von New York in ein ehemaliges Bergwerk nach Pennsylvania gebracht werden, weil zahlreiche Negative, die zum Teil noch auf Glasplatten vorliegen, durch Luftfeuchtigkeit Gefahr liefen zerstört zu werden. 1999 wurde das berühmte Sygma Archiv in Frankreich mit 50 Millionen Fotografien der Sammlung hinzugefügt.

RÜCKBLENDE 2013



1. Fotopreis: Marko Priske

2. Fotopreis: Steffi Loos

(UB) Mit der „Rückblende 2013 – deutscher Preis für politische Fotografie und Karikatur“ ist der freie Fotograf Marko Priske ausgezeichnet worden.

Mit dem mit 7.000 Euro dotierten Preis würdigen die Landesvertretung Rheinland-Pfalz und der Bundesverband Deutscher



Zeitungsverleger in Kooperation mit der Bundespressekonferenz alljährlich Arbeiten aus den Bereichen politische Fotografie und Karikatur.

3. Fotopreis: Daniel Pilar mit „Rückzug aus Afghanistan".

Priske erhielt die Auszeichnung für eine Aufnahme, die Sigmar Gabriel in einem ICE von Berlin nach Hamburg zeigt. Der zweite Preis in der Kategorie Fotografie geht an Steffi Loos mit einem Foto von Angela Merkel am Tag nach der Unterzeichnung des schwarz-roten Koalitionsvertrags im Ehrenhof des Kanzleramts. „Rückzug aus Afghanistan" von Daniel Pilar kam auf Platz drei.
Der erste Preis in der Kategorie Karikatur geht an Heiko Sakurai für „Die schwarze Witwe macht weiter". Mario Lars kam mit seiner Karikatur „Knast" auf Platz zwei.



2. Karikaturenpreis: Mario Lars' „Knast"



1. Karikaturenpreis: Heiko Sakurai mit „Die schwarze Witwe"



Nach dem Wahlsieg bei der Bundestagswahl wird Angela Merkel von der CDU-Spitze bejubelt. Foto: Marco Urban

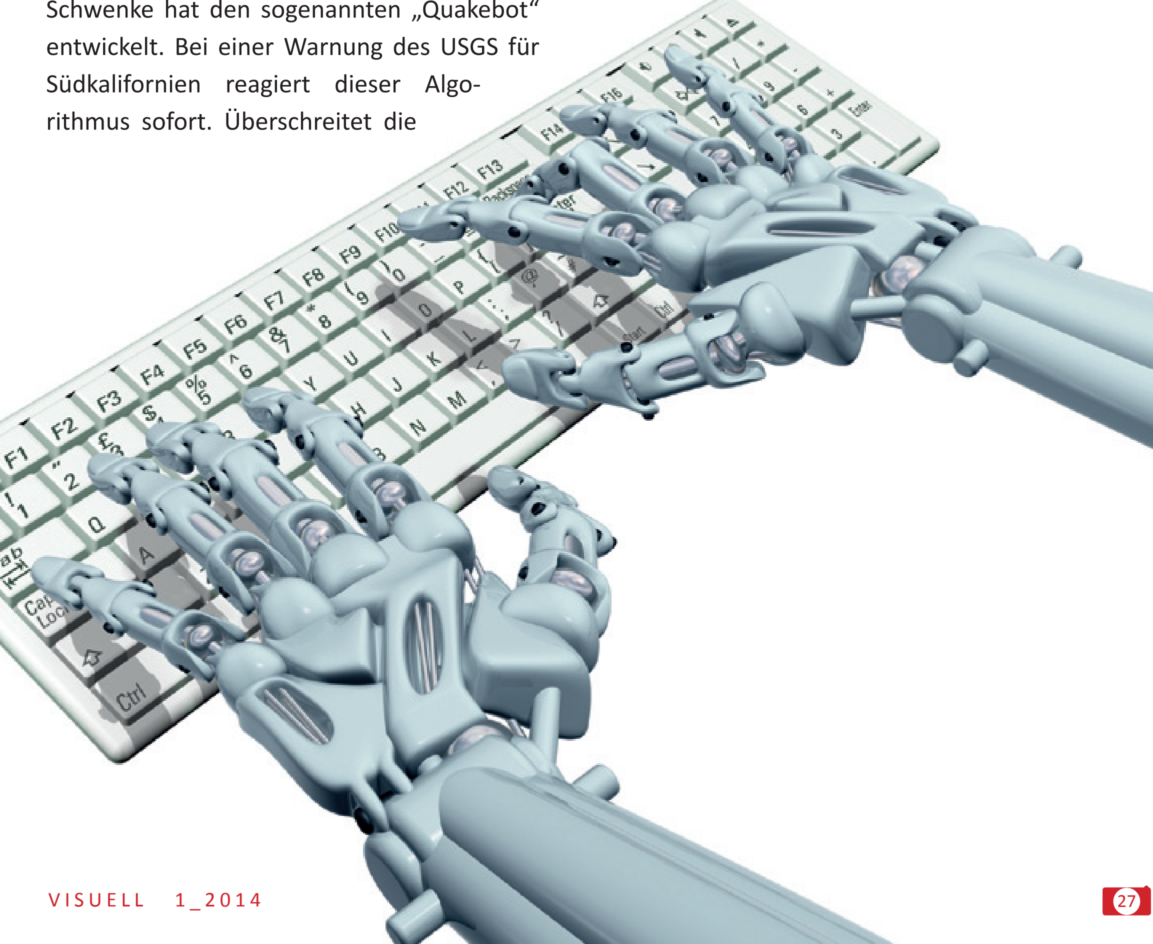
COMPUTER MIT ÄRGERDETEKTOR

Computer können erkennen, wenn ihr Gegenüber müde ist, traurig – oder sich ärgert. Die Technologie will die Deutsche Telekom nun bei ihren Hotlines einsetzen, berichtet das Magazin Technology Review in der Ausgabe 3/2014.
Computer lernen menschliche Gefühle zu analysieren und zu verstehen. Felix Burkhardt von den Telekom Innovation Laboratories der Deutschen Telekom etwa hat für deren Kunden-Hotline einen Ärger-Detektor entwickelt. Er besitzt angeblich eine Treffsicherheit von rund 80 Prozent: Schwillt die Stimme des Anrufers an, erkennt die Maschine Ärger und Wut. Die Telekom kann auf diese Weise automatisiert auswerten, über welche Probleme Kunden sich besonders ärgern.
Auch Traurigkeit und Müdigkeit erkennen Software-Programme auf diese Weise. Das Team um Jarek Krajewski von der Universität Wuppertal hat eine Software entwickelt, die eine Stimme je nach Lautstärke, Betonung, Rhythmus oder Tonhöhe als müde oder wach, beziehungsweise traurig oder nicht traurig einstuft. Die Erkennung erfolgt mit einer Datenbank, in der Stimmen zusammen mit den ihnen von Menschen zugeschriebenen Emotionen gespeichert sind. „Mit der Stimmanalyse erreichen wir gute Trefferquoten“, sagt Jarek Krajewski. Zum Vergleich: Ein durchschnittlich sensibler guter Mensch erreicht eine Genauigkeit von etwa 90 Prozent. Die 80 Prozent würden jedoch reichen, um den Verlauf von Depressionen zu überwachen und den Arzt bei Therapien unterstützen. Ein Prototyp wurde bereits entwickelt. Ein Depressions-Monitoring sei zwar anfangs nur bei Patienten denkbar, später aber auch bei Risikogruppen oder der Gesamtbevölkerung.

ROBOTER-JOURNALIST

(up) Vor kurzem erschien in der Los Angeles Times bereits wenige Minuten nach einer Erdbebenwarnung der U.S. Geological Survey (USGS) die dazugehörige Meldung. Bemerkenswert daran ist, dass letztere nicht von einem sehr gut informierten und schnell arbeitenden Journalisten stammte, sondern von einem Roboter. Die letzte Zeile des Artikels gab einen ersten Hinweis darauf in dem Satz: „This post was created by an algorithm, written by the author“. Was hat es damit auf sich? Der Journalist und Programmierer Ken Schwenke hat den sogenannten „Quakebot“ entwickelt. Bei einer Warnung des USGS für Südkalifornien reagiert dieser Algorithmus sofort. Überschreitet die Erdbebenstärke einen gewissen Wert, übernimmt er aus der Warnung die wichtigsten Informationen und setzt sie in ein vorgefertigtes Template ein. Ein Journalist muss die so generierte Meldung aber noch überprüfen, bevor sie veröffentlicht wird.

„Quakebot“ reiht die wichtigsten Infos ohne Schnörkel oder Wortwitz gewissermaßen rein mechanistisch aneinander. Kreative und Interessante Geschichten zu schreiben bleibt damit auch in Zukunft den Journalisten überlassen.



PICTA 1/2014

Der Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive e.V. ist unter dem Kürzel BVPA in der Bildbranche seit vielen Jahren aktiv und sehr bekannt.

von Dieter Brinzer

2014 gibt es jetzt den neuen Verbandsnamen und viele neue interessante Aktivitäten. Dieser kleine, aber aktive Berufsverband heißt in Zukunft BVPA Bundesverband professioneller Bildanbieter, agiert aber weiter unter der gleichen Anschrift wie seither.

Neu ist eine Hauszeitschrift mit dem Untertitel „Wissen für Bildprofis". Dies ist die erste als Zeitschrift gestaltete Ausgabe des Verbandes. Damit löst das 148 Seiten umfassende Heft die Broschüre „Der Bildmarkt, Handbuch der Bildagenturen" ab, die viele Jahren zusammen mit den Honorarempfehlungen der Mittelstandsgemeinschaft Foto-Marketing (MFM) erscheint.

„PICTA – Wissen für Bildprofis" soll nach der Verbandsplanung in diesem Jahr noch zwei Mal als elektronische Ausgabe erscheinen. Den Veränderungen des Marktes will man sich nach Angaben des Verbandes anpassen und den Mitgliedern die Möglichkeit bieten, eigene Beiträge und Informationen zu veröffentlichen.

Das erste als Print-Ausgabe vorgestellte Heft ist grafisch und redaktionell ansprechend gestaltet. Es beinhaltet mehr als 90 gute Fotos



der Verbandsagenturen, die passend zu den veröffentlichten Informationen ausgewählt wurden.

Inhaltlich werden schwerpunktmäßig in der ersten Ausgabe Rechtsfragen behandelt, gute Fotos vorgestellt und Ausbildungsthemen behandelt. Auch ein Bericht über den amerikani-

schen Bildagenturen-Verband PACA ist neben vielen weiteren interessanten Themen im Heft zu finden. Ebenso gehören Anzeigen zum Heft und in einem Verzeichnis werden die 75 Verbandsmitglieder mit eigenen Beschreibungen und ihren Logos vorgestellt.

Als Chefredakteur fungiert der Geschäftsführer des BVPA Alexander Koch; Chefin vom Dienst ist Beatrice Wanek. Autoren der vielseitigen Berichte sind Rechtsanwälte, bekannte Branchenkenner und vor allem Mitglieder und Inhaber von Agenturen oder Bildarchiven. Das Magazin des Verbandes ist ein gut gelungenes Heft, das sicher Leser finden wird und als Werbemedium für den Verband nützlich sein dürfte. Inwieweit die Umstellung auf eine rein digitale Version ab der nächsten Ausgabe vom Markt aufgenommen wird oder wie die weitere Erscheinungsweise aussehen wird, wird die Praxis zeigen.

Das Heft kann zum Preis von 8,00 Euro beim BVPA in Berlin erworben werden.



GELD VERDIENEN MIT HONORARFREIEN FOTOS?

von Dieter Brinzer

Auf dem Bildermarkt bieten einzelne Agenturen immer größere Bildbestände an.

Auf der vor kurzem zu Ende gegangenen Bildmesse PictaDay in München war ein Gesprächsthema das Angebot von Getty Images, eine Auswahl aus ca. 35 Millionen Bildern gratis veröffentlichen zu dürfen.

Unter bestimmten Bedingungen dürfen diese Bilder auch für redaktionelle Zwecke kostenlos verwendet werden.

Was will Getty damit erreichen? Das war die oft gestellte Frage. Einige waren der Meinung, dass dies ein sehr geschickter Schachzug sei, um neue Kunden zu gewinnen, da Getty die vielen Bilder sowieso nicht unterbringen könne. Das Angebot richtet sich vor allem an soziale Netzwerke, an Privatpersonen und an Blogger.

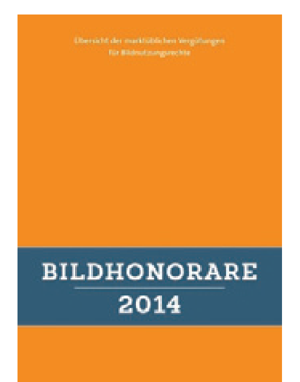
Es handelt sich bei den kostenlos angebotenen Bildern nicht nur um Ramschbilder, sondern es sind auch ausgesprochen gute Motive darunter, die für viele Zwecke nutzbar sind.

Da Getty Images über ein großes Vertriebssystem, nicht nur in Deutschland sondern weltweit, verfügt, werden mit Sicherheit kleinere Verlage und Bildnutzer, die über keinen großen Etat verfügen, dieses Angebot annehmen. Den Bildnutzern ist es jedoch nicht erlaubt, die Bilder in dem angebotenen Standardrahmen zu verändern, und die Bilder selbst bleiben auf dem Server von Getty. Die Agentur behält sich das Recht vor, die Fotos jederzeit aus dem kostenlosen Angebot wieder zu entfernen. Bildanbieter auf der Münchner Bildermesse vertraten die Ansicht, dass Getty Images in seinen Bildmengen zu ersticken droht, und dies im Grunde nur eine Werbeaktion ist, die jederzeit gestoppt werden kann. Bilder von Microstock-Agenturen werden bei der Abnahme von gewissen Bildmengen auch bereits für 22 Cent angeboten, was ebenfalls „fast kostenlos“ ist.

Bilder zu verschenken, so wie Getty es gerade tut, wird auf dem Bildermarkt Auswirkungen haben. Blogger und private Internetbetreiber haben hier eine große Auswahl an Bildern – wenn nicht die größte.

35 Millionen digitale Fotos im weltweiten Angebot bieten einen riesigen Fundus, und dieses Gratisangebot ist für die Bildbranche, die sich im Ganzen gesehen in einer Krisensituation befindet, keine gute Nachricht.

BILDHONORARE 2014



„Übersicht der marktüblichen Vergütungen für Bildnutzungsrechte“ ist der Untertitel der seit 1978 alljährlich veröffentlichten Broschüre der Mittelstandsgemeinschaft Foto-Marketing (MFM) und liegt für das laufende Jahr vor. Dieses umfassende Verzeichnis ist nach Angaben des Herausgebers das Ergebnis einer langjährigen, intensiven Erhebung, Überprüfung und Fortführung der Beobachtung der Preisentwicklung des Bildermarktes. In allen Fällen sind dies keine Festpreise, sondern nur Richtwerte zu Verhandlungen zwischen Bildanbietern und Bildnutzern.

Bei gerichtlichen Streitfällen und der Urteilsfindung, werden die in diesem Verzeichnis publizierten Honorare vielfach als Messlatte für die Honorarfestlegung herangezogen. Die nach Auffassung von Bildverbrauchern als zu hoch angesiedelten Richtwerte werden in den meisten Fällen in der Praxis heute nicht mehr bezahlt. Einstmals bei Bildverlust (Original Farbdias) festgelegten Preise von 1000 Euro für jedes Foto, wird nur noch in ganz großen Ausnahmefällen vergütet. Im digitalen Zeitalter hat sich auf dem Fotomarkt bei den Honorarkonditionen viel verändert. Microstock und Co bieten viele Milliarden Bilder auf dem Weltmarkt an und führten zu einer nie dagewesenen Inflation an Bildangeboten und drücken die Fotohonorare. Das alljährliche MFM-Verzeichnis ist eine Fundgrube bei der Suche nach der Möglichkeit zum Bildverkauf. Rund 300 Verwendungsmöglichkeiten für Fotos werden aufgeführt und zeigen die Vielfalt des Marktes.

Die rund 100 Seiten starke Broschüre ist eine Fleißarbeit des Herausgebers und zum Preis von 33,00 Euro inkl. Versand und MwSt. beim BVPA, Sächsische Straße 63 in 10707 Berlin erhältlich.

1954

1974

1990

2014



PHOTO DIGEST

Das Magazin für moderne Fotografie Das Magazin für moderne Fotografie Das Magazin für moderne Fotografie

SMART PHOTO DIGEST- & VISUELL-Leser haben gemeinsame Interessen

Das neue vereinte Print- und Onlinemagazin geht regelmäßig an 13.000 Erstbezieher und wird zusätzlich über den Zeitschriftenhandel angeboten.

Das Copyright und die damit verbundenen Rechtsfragen gelten für alle Bildmotive, sowohl für Illustrationen als auch Fotos.
Der Bildautor hat alle Rechte, und es spielt keine Rolle, ob die Aufnahmen mit einer Digital-, einer Lochkamera oder dem Computer hergestellt wurden.

E-Mail: Bestellung@piag.de
Kioskverkauf 5,90 €, Jahresabo Inland 23,60 €



DÜRFEN FOTOS VON POLIZISTEN VERÖFFENTLICHT WERDEN?

Von RA Tim Hoesmann

Die New Yorker Polizei hatte sich mit einer Social-Media Kampagne eine positive Resonanz versprochen, als sie Bürger aufgeforderte, ihre Fotos mit New Yorker Ordnungshütern auf dem Online-Netzwerk Twitter hochzuladen.

Erwartet hatte die New Yorker Polizei Fotos von Bürger mit lächelnden Polizisten. Stattdessen wurden aber massenhaft Bilder von prügelnden Polizisten gepostet, die etwa gewaltsam gegen Demonstranten vorgehen.

Die Polizei hat sich bis zum jetzigen Zeitpunkt nicht zu der Angelegenheit geäußert; dafür wird aber die Aktion in den Medien umfangreich diskutiert.

Juristisch interessant ist die Frage, ob die Fotos der Polizisten überhaupt publiziert werden dürfen. Hintergrund ist, dass das Fotografieren von Polizisten juristisch eine heikle Angelegenheit ist. Pressefotografen ist es nach einer Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts in Karlsruhe erlaubt, Polizisten zu fotografieren, da sich diese auf das auf die grundgesetzlich geschützte Pressefreiheit berufen können.

Dieses Recht gilt jedoch nicht für alle Fotografen, insbesondere nicht für Fotografen, welche selbst Teil der Demonstration sind, bzw. die Bilder nicht aus einem objektiven Interesse an der Berichterstattung publizieren, sondern wie in der aktuellen New Yorker #myNYPD Kampagne, um die Polizisten in ein schlechtes Licht zu rücken.

Das VG Göttingen hat in einem Urteil entschieden, dass das Fotografieren eines Polizisten durch den “einfachen” Bürger nicht gerechtfertigt ist und eine aufgrund der Fotografien durchgeführte Identitätsfeststellung bei dem Fotografen gerechtfertigt war. Hintergrund ist das Persönlichkeitsrecht der Polizisten. Das Fotografieren von Polizisten verstößt gegen deren Recht am eigenen Bild. Dieses Recht am eigenen Bild stellt ein mögliches Schutzgut der öffentlichen Sicherheit dar, welche nach Ansicht der Göttinger Richter eine Identitätsfeststellung rechtfertigt.

Aufgrund der Gesamtumstände bestand für die Polizei die Möglichkeit, dass der Kläger, der selbst Mitglied der Interessengemeinschaft „BürgerInnen beobachten Polizei und Justiz“ bzw. dessen Begleiterin Bilder der Polizisten aufnehmen und veröffentlichen werden. Dieses ist ein Verstoß gegen § 22, 23 KunstUrhG, da die bei Einsätzen gefertigten Aufnahmen keine Bildnisse aus dem Bereiche der Zeitgeschichte seien und somit der Persönlichkeitsschutz der abgebildeten Person überwiegt. (VG Göttingen, Urteil vom 21.11.2012, 1 A 14/11)

Anmerkung des Autors:

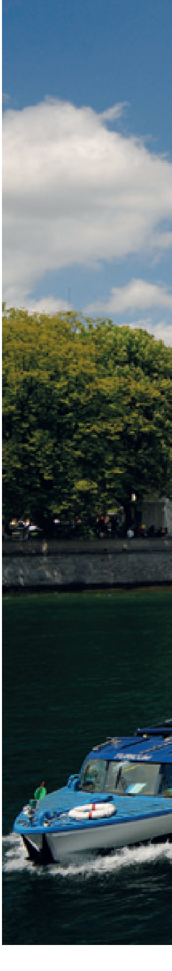
Das VG Göttingen stellt in seiner Entscheidung deutlich heraus, dass nicht jedes Foto eines Polizisten von zeitgeschichtlichem Interesse ist. Ausnahmen gelten hier nur für Pressefotografen, welche besonders durch das Grundgesetz geschützt sind. Für den einfachen Fotografen bedeutet dies, dass er bei der Fotografie von Polizisten immer Vorsicht walten lassen sollte.

Ebenso können auch nach der Publikation der Fotos, die Polizisten nachträglich gegen eine Publikation vorgehen. Daher sollte bei vergleichbaren Aktionen wie die #myNYPD Aktion in Deutschland auch bedacht werden, welche rechtlichen Konsequenzen für den Fotografen und den Herausgeber der Bilder drohen können.

2014: DER SCHWEIZER BILDERMARKT

Die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der Bild-Agenturen und Archive, kurz SAB, ist ein Verband professioneller Bildanbieter und hat derzeit 26 Mitglieder, 23 aus der deutschsprachigen Schweiz und drei aus der Romandie. Sie repräsentieren das ganze Spektrum der Branche, es gibt Universalarchive, Spezialarchive, Stockbildagenturen, Pressebildagenturen, Pressebildarchive, historische Bildarchive, Flugbildagenturen, Kalenderbildagenturen und Royalty Free Agenturen.

von Ulrich Philipp



Ziel des Verbandes ist es, Qualität und Wert der Bilder hochzuhalten und für faire Marktbedingungen einzutreten. Zu diesem Zweck hat die SAB Spielregeln entwickelt, die bei Rechtsstreitigkeiten eingesetzt werden können.
Ihrem Selbstverständnis nach setzt sich die SAB ein für die Förderung der schweizerischen Bildagenturen. So werden u.a. der Erfahrungsaustausch unter den Mitgliedern gefördert und Fachtagungen durchgeführt. In Berufs- und Rechtsfragen können sich die Mitglieder ebenso an die SAB wenden wie bei Honorar- und Konditionsempfehlungen oder Veränderungen in der Kommunikationsbranche.
Mit dem Ziel Richtpreise für Fotomaterial herauszugeben schlossen sich im Jahr 1978 acht schweizerische Bildagenturen zusammen. Noch im gleichen Jahr brachte die „Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der Foto-Agenturen und Archive“, wie sich die Organisation damals zunächst nannte, die Broschüre „Richtpreis-Liste für Archiv-Bilder“ heraus. Diese erste Veröffentlichung erschien in drei Sprachen (Deutsch, Französisch, Italienisch).
Im Jahr 1993 erhielt die SAB ihren heutigen Namen „Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der Bild-Agenturen und –Archive“ und zählte zu diesem Zeitpunkt bereits 23 Mitglieder.
Ab 1999 brachte die SAB ihre „Preisempfehlungen für Bildmaterial“ heraus, was ihr einen beachtlichen Bekanntheitsgrad bescherte. Die Broschüre wurde bei jeder Neuauflage gratis an 4000-5000 Adressaten verteilt. Weitere Broschüren wurden an Bildkäufer und Fotografen verkauft. Sie bieten allen Beteiligten eine wichtige Orientierungshilfe, genießen in der Werbe-und Medienbranche Anerkennung und werden auch vor Gericht als Richtlinie akzeptiert.
Den Verein ins Handelsregister eintragen zu lassen war eine schwierige Angelegenheit,



Foto: Michael Sengers (schweizfotos)

denn der SAB wurde zunächst das Führen des territorialen Begriffs „Schweizerische“ vom Eidgenössischen Amt für das Handelsregister und später sogar vom Bundesgericht verweigert. Die Begründung dafür war, dass nicht aus allen Landesteilen Mitglieder dem Verein angehörten und auch nicht alle bedeutenden Bildagenturen. Erst beim zweiten Anlauf 1996/1997 ging die Registrierung ohne Probleme über die Bühne, obwohl die Mitgliederstruktur die gleiche war wie wenige Jahre zuvor.

Seit einigen Jahren führt der Verband im Winter ein monatliches Branchentreffen durch, von September bis Mai / Juni immer am ersten Montag des Monats. In einer zwanglosen Atmosphäre treffen sich Interessierte im Restaurant „Weisser Wind“ in der Züricher Altstadt zu der sogenannten SABLightbox. Hier tauscht man sich aus, teilweise werden auch Referate über Rechtsfragen, Bildkommunikation oder Bildtechnologie angeboten. Teilweise präsentieren auch SAB-Mitglieder ihre Produkte. Zudem lädt die SAB in der Regel einmal jährlich zu einem Seminar ein, das sich an die Mitarbeiter der Mitglieder richtet, bei dem aber auch Themen für einen größeren Personenkreis angesprochen werden.



Alpenpanorama mit Bergsteigern. Foto: Abramowski (Switzerland-photos.com)

Im vergangenen Jahr gründete sich in der Schweiz die „Arbeitsgruppe Lichtschutz“ der auch die SAB beigetreten ist. Ziel der Arbeitsgruppe ist es, das Urheberrecht in der Schweiz zu reformieren, um das einfache Lichtbild angemessen zu schützen, wie es in Deutschland oder Österreich bereits geschieht. Anlass sind mehrere Urteile von Schweizer Gerichten, die gemäß der momentanen Rechtslage entschieden, dass Fotografien nur sogenanntes „Bildwerk“ sind und als nicht schützenswert gelten. Die SAB arbeitet hier zusammen mit den Verbänden SBf

(Schweizer Berufsfotografen bzw. USPP Union Suisse des Photographes Professionells) und der vfg (der Vereinigung fotografischer Gestalter/-innen) sowie impressum und syndicom.

Die SAB ist zudem Gründungsmitglied der CEPIC (Coordination of European Picture Agencies and Libraries), des europäischen Verbandes der Bildagenturen. Die CEPIC setzt sich dafür ein, dass die rechtliche Anpassung des Urheberrechtes an die Gegebenheiten der modernen Kommunikationsgesellschaft nicht zu Lasten der Urheber geht. Der langjährige SAB-Vorsitzende Stefan Wittwer wurde 2011 in den Vorstand der CEPIC gewählt, seit vergangenem Jahr hat er dort das Amt des Schatzmeisters inne.

Überangebote von Bildmaterial und damit verbunden fallende Fotohonorare sind auch in der Schweiz wie im übrigen Europa die großen Probleme für die Bildlieferanten. Fotoagenturen sind hiervon besonders betroffen. Die größten Bildsucher sind vor allem Medien wie Tageszeitungen, Wochenzeitungen und Magazine sowie Werbeagenturen, aber auch Versicherungen, Banken sowie Unternehmen der verschiedensten Branchen.

26 Agenturen sind bei der SAB als Mitglieder eingetragen und liefern den größten Teil des vielfältigen, täglichen Bildbedarfs. Vor allem mittelständische Betriebe gehören dem schweizerischen Berufsverband an. Wir stellen hier nachstehend die organisierten Mitglieder mit einer Kurzbeschreibung vor.

ALPINESTOCK.COM – BILDER ALPINER LANDSCHAGTEN

alpineSTOCK.com ist eine junge Online-Bildagentur für Fotografien aus allen alpinen Regionen – weltweit. Bildkunden stehen handverlesene, zumeist exklusiv angebotene Stockfotos der Kategorien Landschaften, Berge, Alpinisten und Kletterer, Flora & Fauna, Ortschaften, und Verkehr zur Auswahl. Zum Bestand zählen Panoramen, Nachtaufnahmen, Luftaufnahmen sowie Abstracts.

www.alpinestock.com;
E-Mail: info@alpinestock.com

AMT FÜR STÄDTEBAU DER STADT ZÜRICH

Ca. 100'000 s/w Fotografien von Häusern, Straßen und Plätzen in der Stadt Zürich von 1865 bis heute, davon etwa 40'000 auch in digitaler Form. Digitalisierte Stadtpläne.

www. stadt-zuerich.ch/baugeschichtliches_archiv
E-Mail: thomas.meyer@zuerich.ch

AURA FOTOAGENTUR

Produktionen für Presse und Werbung, Schwerpunkte sind Schweizer Landschaften, Symbolbilder, Freizeitsport und Tourismus. AURA fotografiert weltweit. Die Agentur verfügt über einen eigenen Bildbank-Service mit Angeboten für die Großindustrie, Tourismus und Bundesämter.

www.aura.ch
E-Mail: info@aura.ch

BAB.CH GMBH

Schweizer Macrostock Bildagentur, unabhängig und inhabergeführt. Seit über 35 Jahren Ansprechpartner für Kunden aus Werbung, Verlagen und Redaktionen. Schwerpunktthemen sind Food, Natur, Travel, People & Lifestyle. Mehrere Millionen Bilder zeitgemäßer RM+RF Bilder sowie Food- und Lifestyle-Videos.

www.bab.ch
E-Mail: bab@bab.ch

BILDAGENTUR VALERIA STREUN

Farb- und s/w-Fotos für Presse, Werbung, Illustrationen von Broschüren, Flyer, Reportagen, Firmen-dokumentationen. Auftragsfotografie. Schwerpunktthemen: Natur (Pflanzen, Blumen, Landschaftsaufnahmen) und Reisereportagen; Tiere, Autosport, Sport, Architektur.

www.valeria-streun.ch
E-Mail: info@valeria-streun.ch

BILDARCHIV NUTZPFLANZEN

Erstklassiges Bildmaterial von allen gängigen aber auch exotischen Pflanzen. Schwerpunkte sind: Arzneipflanzen, Pflanzen für die Ernährung, Gewürzpflanzen, Duftpflanzen, Pflanzen für Parfüme und Kosmetik, Faserpflanzen, Färbepflanzen, Genuss-, Gift und Rauschpflanzen, Harze-, Wachse- und Balsame liefernde

Pflanzen. Daneben: Labor, Arbeitsprozesse, Wissenschaft, Forschung, Architektur, Baudokumentation.
www.beat-ernst-basel.ch
E-Mail: mail@beat-ernst-basel.ch

COMET PHOTOSHOPPING GMBH

Ansprechpartner für alle Bilderfragen. Illustration von Broschüren, Werbedrucksachen, Zeitungen, Magazine, Fachpresse und elektronischen Publikationen. Neuaufnahmen im Studio oder draußen.
www.photoshopping.ch
E-Mail: office@photoshopping.ch

DUKAS PRESSEAGENTUR

Vertritt zahlreiche internationale Bildagenturen und bietet Motive aus allen Bereichen, ausgenommen rein schweizerischen Themen. Schwerpunkte sind News, People, Royals, Länder, Reisen, Historisches und Mode. Dukas steht seit mehr als 50 Jahren für Kompetenz und Zuverlässigkeit.
www.dukas.ch
E-Mail: request@dukas.ch

EQ IMAGES

wurde 2002 als Sportbildagentur gegründet und berichtet seit 2008 auch über Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft. Neben Auftragsfotografie beliefert man Schweizer Zeitungen, Magazine, elektronische Medien, Agenturen, etc . Das Online-Archiv umfasst 800.000 Bilder. Mit internationalem Netzwerk und Partneragenturen geht EQ auf Kundenwünsche schnell und flexibel ein.
www.EQImages.ch
E-Mail: redaktion@eqimages.ch

ETH-BIBLIOTHEK

Historische Aufnahmen von Gebäuden, Instituten, Hörsälen und Laboratorien der ETH. Abbildungen zur Geschichte von Wissenschaft und Technik. Zugang zum Archiv der Comet Photo AG, davon rund 90 000 Luftbilder. Rund 1 Mio. Fotografien zu unterschiedlichsten Themen mit Schwerpunkt Schweiz aus den Jahren 1952 bis 1999. Bilddokumente in Nachlässen: verschiedenste Wissensgebiete (Schwerpunkt Technik und Naturwissenschaften), ab Ende des 19. Jahrhunderts; Porträts von Professorinnen und Professoren, teilweise auch von Studierenden der ETH Zürich seit 1855, sowie von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern aus aller Welt. Archiv Documenta Natura (Zeitraum: 1987 bis 2010): Vergleichende Dokumentarfotografien zur Veränderung von Landschaften und Ortsbildern in der Schweiz, meist in Langzeitbeobachtungen, aufgenommen durch professionelle Fotografen. Themen: Siedlungsflächen, Brachland, Agrarland, Verkehrsbauwerke, Industriebauten, Wohnungsbauten, Verkehrsprojekte, Tourismusprojekte, Renaturierungsvorhaben, Aufforstungsvorhaben, Sturmschäden. Archiv Luftbild Schweiz (Zeitraum: 1918 bis 2011): rund 100’000 Luftbilder von Walter Mittelholzer von Flügen in der Schweiz und im Ausland sowie Senkrecht- und Schrägaufnahmen der Schweiz, aufgenommen durch Swissair Photo AG. Fotoarchiv der Swissair (Zeitraum: 1931 bis 2001): Fotografien und Filme zur Zivilfliegerei, vom Flugbetrieb sowie von Flugzeugen und Desti-



Jungfrau Berner Oberland (mit Sonnenuntergang) Foto: Jan Geerk (Schweizfotos.com)

nationen der Swissair. Postkartensammlung Adolf Feller (Zeitraum: 1889 bis 1980) 54’000 bebilderte Postkarten mit Ansichten aus der Schweiz und anderen Ländern.

www.ba.e-pics.ethz.ch

E-Mail: bildarchiv@library.ethz.ch

FLYING CAMERA

Bildarchiv umfasst rund 25’000 Flugaufnahmen aus der Region Zug, Zentralschweiz. Ist spezialisiert auf Bilddokumentation, Baudokumentationen, Auftragsarbeiten von Kanton, Gemeinden, Firmen, Privatkunden usw. Mit rund 25’000 Luftbildaufnahmen dürfte der Kanton Zug der am besten dokumentierte Kanton der Schweiz sein.

www.flyingcamera.ch

E-Mail: info@flyingcamera.ch

FRESHFOCUS GMBH

Wurde 2011 in Zürich von Fotografen und Redakteuren gegründet. Jahrzehntelange Erfahrung sammelten sie in Sportstadien, im Bundeshaus, auf Medienkonferenzen, an Topevents und überall dort, wo ihre Kunden ins richtige Licht gerückt werden wollen. Pflegt beste Beziehungen zu Fotoagenturen auf der ganzen Welt und eine Datenbank, die Hunderttausende von Bildern umfasst.

www.freshfocus.ch

E-Mail: info@freshfocus.ch

IMAGEPOINT AG

Bietet eine grosse Auswahl an Bildern aus den verschiedensten Bereichen. Über 400’000 sorgfältig selektionierte Bilder,7/24 online Recherche, Sofort-Download der HiRes-Daten, einfache, benutzerfreundliche und schnelle



Alphornbläser und Fahnenschwinger vor der Jungfrau Foto: Prisma

Web-Plattform, kompetenter und freundlicher Kundenservice per Telefon, persönlicher Bild-Service für spezielle Motivwünsche: Bild-Anfrage. Eine der ersten Adressen für unkomplizierten und raschen Bildeinkauf, heißt es in der Eigenwerbung.

www.imagepoint.biz

E-Mail: team@imagepoint.biz

IOC COMITÉ INTERNATIONAL OLYMPIQUIE

Die Olympischen Sommer- und Winterspiele von 1896 bis in die Gegenwart. Veranstaltungen und Ereignisse rund um die Olympische Bewegung. Die Sammlung des IOC von Artefakten (Sportgeräte, Sportbekleidung, Zeremonie-Outfits, Plakate, Medaillen, Münzen, Philatelie-Artikel, Souvenirs) etc.

www.olympic.org/photos

E-Mail: images@olympic.org

KEYSTONE

KEYSTONE ist mit 11 Millionen Bildern eine der größten Agenturen der Schweiz. Ihr Bildangebot umfasst kreative und zeitgemäße Stock- und Themenbilder, News und historische Bilder (bis ins 19 Jahrhundert) sowie (lizenzfreie) Royalty Free-Bilder für professionelle Anwender. Dazu gehören auch das IBA-Archiv, das Photopress-Archiv, das Thomas Mann-Archiv und das Robert Walser-Archiv.

22 festangestellte Fotografinnen und Fotografen decken die ganze Schweiz rund um die Uhr ab. Zudem ist KEYSTONE Partnerin und Repräsentantin namhafter Fotografen und der wichtigsten internationalen Agenturen. Im Bereich Editorial ergänzt KEYSTONE das Angebot mit Bildern von Associated Press AP und European Pressphoto Agency EPA.

Im Bereich Creative (Themen- und Stockbil-

der) erarbeiten die eigenen Fotografen Themenbeiträge aus allen Sachgebieten. Zudem vertritt KEYSTONE weltweit führende und renommierte Spezial- und Stockbild-Agenturen in der Schweiz. KEYSTONE steht für Bildkompetenz durch Qualität. Gute Fotografie, präzise Bildauswahl, schnelle Auslieferung des Bildmaterials sowie kompetente und persönliche Beratung durch Spezialisten gehören zu den Kernkompetenzen von KEYSTONE.
www.keystone.ch
E-Mail: sales@keystone.ch

KURSIV BILDAGENTUR

Die Bildagentur Kursiv bietet in der Schweiz eine außergewöhnliche Kollektion an lizenzfreien und lizenzpflichtigen Bildern an. Das Angebot umfasst über 16 Millionen Bilder aus mehr als 100 Kollektionen, die rund um die Uhr bequem online gesucht, bestellt und sofort heruntergeladen werden können. Kursiv bietet: Einzelbilder (Premium, Microstock), Bild-CDs, Redaktionelle Accounts sowie Bildabonnements.
www.kursiv.com
E-Mail: office@kursiv.com

NIKLAUS STAUSS PPK+K

Langjährige fotografische Dokumentation künstlerischer Arbeit in verschiedenen Sparten, wie Kunst, Tanz, Theater, Oper, Film, Literatur und Musik. Porträts von zeitgenössischen Künstlern, Filmschaffenden, Schauspielern, Sängern und Schriftstellern. Vertreten in Deutschland, Frankreich und UK durch AKG. www.stauss.ch
E-Mail: foto@ stauss.ch

PHOTORAMACOLOR AG

Photoramacolor wurde 1985 gegründet und stellt Helikopter-Luftaufnahmen ganzer Ortschaften (Gesamt- und Teilansichten) her. Daraus resultiert ein Bildarchiv mit 60.000 Luftaufnahmen, das alle Ortschaften der Schweiz und von Liechtenstein abdeckt. Pro Jahr kommen ca. 3.000 neue Bilder dazu.
www.photoramacolor.ch
E-Mail: info@photoramacolor.ch

PRISMA BILDAGENTUR AG

Eine der führenden Schweizer Bildagenturen seit 1985, verfügt über ein Universalarchiv mit über 10 Millionen Bildern in hoher Auflösung. Kreatives Bildmaterial, auch für Werbung: Schwerpunktthemen sind: Lifestyle, Business, Travel, Natur, Geografie, konzeptionelle Fotografie, Industrie, Medizin, Retro, Wirtschaft etc. Redaktionelles Bildmaterial für Presse. Bildbestand wird laufend ergänzt mit Fotos von Ereignissen aus Politik, Wirtschaft, Sport und Showbiz und umfasst auch historische Bilder. Unter dem Label easyFotostock führt Prisma Royalty Free-Bilder zu besonders günstigen Preisen. Videoclips, Footage: Filmmaterial zu verschiedensten Themen runden das visuelle Angebot ab. Relativ neu ist die Kategorie „Persönlichkeiten", bei der zahlreiche Prominente auf dem roten Teppich (Red Carpet) abgebildet sind. Online-Shopping ermöglicht es den Kunden, rund um die Uhr Bilder herunterzuladen. Bezahlt werden kann per Kreditkarte oder per Kundenkonto, um Bilder oder Videoclips gegen Rechnung zu beziehen.
www.prismaonline.ch
E-Mail: info@prismaonline.ch

RINGIER DOKUMENTATION (RDB)

Die Ringier Dokumentation Bild ist mit einem Bestand von 10 Millionen Bildern eines der größten Bildarchive der Schweiz. Sie verwaltet Foto-Dokumente aus der Zeit des 1. Weltkriegs bis zur Gegenwart. Neben den Bildern aus den Ringier-Zeitschriften und –Zeitungen werden auch Bilder von Fotografinnen und Fotografen aus der ganzen Schweiz sowie von internationalen und nationalen Agenturen angeboten. Als Bildarchiv für die Redaktionen der gesamten Ringier Gruppe deckt die Dokumentation Bild viele Themen wie Politik, Sport, Film, People, Länder, Allgemeinthemen etc. sehr gut ab.

www.rdb.ch

E-Mail: RDBild@ringier.ch

ROBERT BÖSCH FOTOGRAFIE + FOTOARCHIV

Folgende Themen werden bedient: Outdoor- und Action-Fotografie: Freeride, Schneeschuhwandern, Mountainbike, Trekking, Nordic Walking, Langlauf, Pferderennen, White Turf, etc.; Alpinismus: von der Eigernordwand bis zum Mount Everest Gipfel, Freeclimbing, Eisklettern, Hochtouren, Expeditionsbergsteigen; Tourismus in der Schweiz; Reisen und Landschaften weltweit: Schweizer Landschaften, Himalaya, Patagonien, Antarktis, Wüsten – alle Kontinente; Verkehr und Energie: Eisenbahnen in der Schweiz, Straßenverkehr, Bergbahnen, Wasserkraft und Stromversorgung;

www.robertboesch.ch

E-Mail: info@robertboesch.ch



SCENIC-SWITZERLAND.COM

Das Scenic-Bildarchiv umfasst nur Originale aus eigener Produktion. Es können auch Scans in Wunschgröße ab Mittelformat und Großbilddias geliefert werden. Schwerpunktthemen sind: Gebiete: Schweiz, Europa, USA; Klassische Kalenderbilder: Landschaften, Alpen, Gewässer, Siedlungen; Bauernhäuser und -gärten, Wiesen und Felder; Spezialgebiet: Panoramabilder im Großformat; Kultur: Feste, Bräuche, Folklore, Unterhaltung, Traditionen; Landwirtschaft; Natur: Flora und Fauna, Wetter, Stimmungen, Nationalparks USA; Presse: Staat, Politik, Verkehr, Energie, Industrie, Tourismus, Luftbilder; EXPO02, Symbolik, Reportagen.

www.scenic-switzerland.com

www.dietz.ch

E-Mail: dietz-photo@bluewin.ch



Regenbogen über dem Wallis. Foto: Bild: alpineSTOCK.

SCHWEIZFOTOS

Diese Bildagentur wurde 2006 gegründet und stellt ca. 10.000 Fotos aus der Schweiz bereit: Städte, Dörfer, touristische Regionen, Täler, Alpen, Bergseen, Ausflugsziele, Wintersportgebiete. Unterwasserfotos aus dem Tessin. Alle Kantone der Schweiz. Besonders große Auswahl von Zürich und Region inkl. Volksveranstaltungen wie „Sächsilüüte“ und Street Parade. Viele Orte enthalten die extra breiten Panorama-Formate in einer Auflösung bis zu 100 Megapixel. Für bestmögliche Qualität werden ausschließlich professionelle digitale Spiegelreflex-Kameras verwendet. Nach der Bestellung stehen die Fotos innerhalb weniger Minuten über einen Download-Link zur Verfügung.

www.schweizfotos.com
www.schweizfotos.com/piag-38.html
E-Mail: michael.sengers@schweizfotos.com oder info@schweizfotos.com

SODAPIX AG

Sodapix ist die junge Zürcher Agentur mit den beiden frischen Kollektionen SodaClassic und SodaStyle. SodaClassic ist das „tägliche Brot“ und umfasst alles, was den täglichen Bildbedarf stillt: Schöne Menschen, freundliche Hunde, nette Nachbarn und grüne Wiesen. SodaStyle ist das Tabasco im Pudding – irrational, subjektiv, anders. SodaStyle ist alles, was den Rahmen sprengt: Verpickelte Teenys, aggressive Dackel, sexy Menschen und wirre Landschaften. Bietet Rights Managed- und Royalty Free-Kollektionen an und wird durch ein internationales Vertriebsnetz im Ausland vertreten.

www.sodapix.com
E-Mail: info@sodapix.com



Rebberge oberhalb Montreux-Vevey: Foto: Siffert, weinweltfoto.ch

SWITZERLAND-PHOTOS.COM

Tausende von Bildern können nach Kategorien geordnet, eingesehen werden. Schlagwort- und Formatsuche ist möglich. Alle Bilder sind in 3 Formaten erhältlich: A5, A4, A3 (größere Bilder auf Anfrage) in 300 dpi und stammen hauptsächlich von Dias Mittel- bis Großformat oder von Digitalaufnahmen mit 22 Mio Pixels. Die Bildausschnitte und Bildformate können auf Ihre Reklame- und Werbebedürfnisse abgestimmt werden. Sie können Ihrer Kreativität freien Lauf lassen, indem Sie Texte oder andere grafische Beigaben integrieren. Schwerpunktthemen sind: Natur (Bergwelt, Landschaften, Seen, Rebberge, Wasser, Bäume, etc). Die großen Baustellen in unseren Alpen. Eisenbahn.

www.switzerland-photos.com

E-Mail: info@switzerland-photos.com

WEINWELTFOTO.CH

Bildarchiv und Produktion von Fotos und Bildreportagen zu allen Aspekten der Weinkultur:
Symbolbilder zu Weingenuss, Lifestyle, Degustation und Weinproduktion: Bilder aus den meisten Weinbauregionen der Neuen und Alten Welt, mit Schwergewicht auf Schweiz, Italien, Frankreich und Oesterreich. Produzenten-Porträts, Weinschlösser, Arbeit im Rebberg und Weinkeller, Bioweinbau, Traubensorten; Weintourismus, Dörfer, Städte, Landschaften, typische Produkte, Restaurants und Brauchtum

www.weinweltfoto.ch

E-Mail: mail@weinweltfoto.ch

GRÖSSTES NATURFOTO-FESTIVAL EUROPAS

(up) „Die Welt der Säugetiere“ heißt das Motto der diesjährigen Internationale Fürstenfelder Naturfototage, das am 15. Mai beginnt. Die Besucher erwarten spannende Multivisions-Vorträge, interessante Foto-Workshops und lehrreiche Seminare. Ein Höhepunkt ist bereits am ersten Tag der Workshop „Nahfotografie in der Natur“, geleitet von Gisela Pölking. Sie gibt den Teilnehmern wertvolle Tipps die Natur anders zu sehen und damit auch anders zu fotografieren. Am Freitagabend werden die Preisträger des größten deutschen Naturfotowettbewerbs „Glanzlichter 2014“ sowie des „Fritz-Pölking-Awards 2014“ ausgezeichnet.

Renommierte Referenten zeigen in zehn Multivisons-Vorträgen beeindruckende Bilder und berichten von faszinierenden Erfahrungen mit Säugetieren. Auch dass diese durch den Menschen nach wie vor teilweise stark in ihrer Existenz bedroht werden. Gastland in Fürstenfeld ist Österreich, vertreten von Mitgliedern des dortigen Verbandes der Tier- und Naturfotografen.





Auf 6000 qm Veranstaltungsfläche beginnt am Wochenende das kostenlose Rahmenprogramm. Mehr als 300 Bilder werden ausgestellt und über 80 Aussteller präsentieren ihre Produkte und Dienstleistungen rund um das Thema Fotografie.

An der Flugwiese im Außenbereich zeigen zudem viele bekannte Fernglas- und Teleobjektiv-Anbieter ihre Produkte und Tierschutzorganisationen stellen ihre Projekte zum Schutz bedrohter Tierarten vor.

Falkner zeigen mehrmals am Tag atemberaubende Greifvogel-Flugvorführungen und erklären den Besuchern die charakteristischen Eigenschaften ihrer Vögel.

www.glanzlichter.de



INTERVIEW

Martin Skultety, General Managing Director von StockFood

Am 1. April dieses Jahres hat die Münchner StockFood GmbH die Bildvermarktung der Jalag Syndication des Hamburger Jahreszeiten Verlages und seiner angeschlossenen Unternehmen aus der Ganske-Gruppe übernommen. Wurden einstmals druckfrische Exemplare aller vertretenen Zeitschriften an Bildkunden verteilt, so schwirren heute vielfältige digitale Angebote zu den Interessenten.

Martin Skultety im Gespräch mit Dieter Brinzer

Herr Skultety ist seit 19 Jahren im Unternehmen tätig und hat die Vertriebsstrategie der Agentur im Umfeld der Veränderungsprozesse in der Bildbranche begleitet.

Nach der Neugründung der Wohn-Bildagentur living4media wird StockFood jetzt durch die Hinzunahme der Jalag Syndication weiter ausgebaut.

Wie groß ist der Bildbestand, den Sie jetzt zusätzlich anbieten werden?

Martin Skultety: Insgesamt besteht die Jalag Syndication aus ca. 220.000 Bildern. Die Motive stammen überwiegend aus Produktionen sämtlicher Zeitschriftentitel des Jahreszeiten Verlags, also unter anderem aus den Flaggschiffen „Für Sie“, „Petra“, „Vital“, „Feinschmecker“ und „Merian“. Darüber hinaus kommen auch das komplette Bildarchiv von Graefe und Unzer sowie des Teubner-Verlags hinzu, die natürlich im Hause StockFood sehr willkommen sind.

Was sind die am häufigsten gefragten Motive?

Sämtliche Eigenproduktionen, insbesondere die Titelbilder. Alle Covershots, die vom Verlag in Auftrag gegeben werden, landen nach der Veröffentlichung direkt in der Syndication. Diese Motive sind sehr gefragt, sodass auch die Bestseller der Syndication aus dem Bereich „Beauty und Lifestyle“ stammen. Daneben gibt es natürlich auch sehr erfolgreiche Food-, Wohn- oder Reisebilder.

Der größte Teil der Bildverkäufe geht vermutlich über den deutschen Markt hinaus, wird also international angeboten?

So ist es. Der deutsche Markt ist schon extrem wichtig, aber es gibt auch eine große Zahl internationaler Direktkunden und Distributoren. Eines unserer Ziele ist es, das Auslandsgeschäft weiter auszubauen.

Der Übernahme ging voraussichtlich eine längere Einarbeitung voraus?

Na ja, nicht wirklich. Im Grunde hatten wir nur ein paar Wochen Zeit, um hinter den Kulissen alles kennenzulernen und auch Strukturen im Haus aufzubauen. Viel Zeit hatten wir also nicht, umso mehr freut uns jetzt natürlich der gelungene Start!

Gibt es sogenannte Schwerpunktthemen, die angeboten werden und die besonders gefragt sind?

Martin Skultety : Die Jalag Syndication verfügt über ein sehr breites Portfolio, aber wie gesagt: das Schwerpunkthema ist Beauty- und Coverfotografie. Darüber hinaus gehören auch die Themen Food, Wohnen, Reisen und Lifestyle zu den Kernthemen.

Gibt es einen bestimmten Archivbestand, auf den Sie zurückgreifen können?

Natürlich. Wir vermarkten ja nicht nur Neuproduktionen, sondern haben ja auch den kompletten Bildbestand übernommen. Das sind riesige Bestände, die wir zurzeit aufwendig sichten. Da gibt es noch viele Perlen, auf die wir immer wieder mit Freude stoßen. Zu entdecken ist unter anderem auch das Teubner-Archiv, einem der ersten großen mit Food-Fotografien in Deutschland. Viele seiner Bilder sind auch heute noch höchst relevant und absolut zeitgemäß.

Bei Ihnen kommt mittlerweile einiges zusammen, was Sie anbieten…

Ja gut, der Markt verändert sich immer schneller. In China gilt das Sprichwort, dass bei ansteigendem Wind die einen Mauern bauen, die anderen Windmühlen. Wir verschließen vor den Risiken zwar nicht die Augen, konzentrieren uns aber lieber auf neue Chancen. Wenn jemand mit einer großen Kollektion an uns als Vermarktungsspezi-

alisten herantritt, dann freuen wir uns natürlich darüber und nehmen diese Herausforderung sehr gerne an. Soweit ich erkennen kann, sind wir mit StockFood ja die einzige Bildagentur aus Deutschland, die in ihrem Segment internationaler Marktführer geworden ist. Das macht uns natürlich stolz, auf diesen Lorbeeren dürfen wir uns aber nicht ausruhen.

Wie sind Ihre Preise beim Bildverkauf?

Bei der Jalag Syndication orientieren wir uns weitgehend an den etablierten MFM-Empfehlungen. Natürlich gibt es immer irgendwo billigere Bilder. Unsere Kunden zahlen diese Preise aber gerne, weil sie anerkennen, dass wir hochwertige und aufwendige Produktionen anbieten, die man nicht mal schnell im Hinterhof herunterknipst. Bei uns gibt es nur Profis, vom Fotografen über die Stylisten bis zu den Models.

Mit wie vielen Personen arbeiten Sie in München für die Syndication?

In der Jalag Syndication sind 4 Personen tätig, dahinter steht jedoch ein Team von 45 Mitarbeitern, das alle unsere Marken und Produkte gleichermaßen unterstützt.

Das ist ein beachtlicher Aufwand, den Sie da betreiben müssen, um alles unter die Leute zu bringen und zu organisieren.

Ja, das stimmt. Natürlich erhöht sich mit jeder Marke auch die Komplexität unseres Geschäftsmodells. Aber wir müssen eben nicht ganz vorne anfangen, wenn wir etwas Neues starten. Das Erfolgsmodell von StockFood – egal ob es nun Content, Technologie, Marketing oder Vertrieb betrifft – legen wir skalierbar an. Wir entwickeln zum Beispiel unsere Technologie in Eigenregie. Das ist zwar sehr kostspielig, aber es gibt uns maximale Handlungsfreiheit. So gestalten wir jede Anwendung, wie sie unsere Kunden zu Recht erwarten und programmieren sie zugleich immer universal. Egal ob es also eine neue Agentur sein soll oder eine nutzerfreundliche Funktion auf allen unseren Websites, wir können die Prioritäten jederzeit selbst setzen und Synergien nutzen.

Wie viele Zeitschriften versenden Sie bzw. die Verlage, damit Sie Ihre Kunden erreichen?

Nun ja, das funktioniert heute nicht mehr so wie früher. In der Vergangenheit hat man direkt aus der Druckmaschine ein gewisses Zeitschriftenkontingent für andere Redaktionen abgezweigt, die dann direkt aus diesen Magazinen bestellt haben. Die Zeiten sind vorbei. Heute wollen Kunden auch nicht-veröffentlichte Motive sichten und digitale Angebote direkt in Ihre vielfältigen Content-Management-Systeme einpflegen können.

Haben Sie auch andere Agenturen, die Ihnen beim Verkauf behilflich sind?

Ja, natürlich erreichen wir nicht jeden Winkel des Marktes und des Planeten optimal selbst. Das wäre ja einfach nur naiv. Es gibt Spezialagenturen und lokale Anbieter in fernen Regionen, die ihre Nischenmärkte wesentlich besser kennen. Die Jalag Syndication kooperiert bereits mit einigen dieser Distributoren und wird in Zukunft sicherlich noch weitere an Bord holen.

Danke für die sehr interessanten Informationen.

Sehr gerne, Herr Brinzer. Ich wünsche Ihnen und Ihren Publikationen auch viel Erfolg. Wir brauchen eine qualifizierte Fachpresse, die uns von außen interessante Einblicke gibt und zum bunten Informationsmix beitragen kann.

MEDIENARCHIVE ORGANISIEREN

FotoWare und Xenario kooperieren



(up) Der norwegische Software-Hersteller FotoWare hat branchenunabhängig Lösungen entwickelt, um Archive mit multimedialen Inhalten zu optimieren. Mit den sogenannten Digital Asset-Management-Systemen können alle Arten von Dateitypen verwaltet und für verschiedene Nutzergruppen freigeschaltet werden.

Zahlreiche Unternehmen, Agenturen und Verlage aber auch Städte und Kommunen beschäftigen sich mit der Frage, wie sie ihre Bild- und Multimedia-Archive immer mehr Nutzern über das Internet zugänglich machen können.




Xenario-Geschäftsführer Kay Peters und Olaf Dannenhauer

Mit der Xenario GmbH hat FotoWare einen kompetenten Vertriebspartner gefunden.

Die erfahrenen Xenario-Mitarbeiter in Hannover haben sich durch die Entwicklung von Digital Asset-Management-Systemen einen Namen gemacht und nutzen in erster Linie FotoWare-Produkte.

Xenario ist weltweit einziger Partner der Norweger. Geliefert wird keine Software von der Stange sondern ausschließlich maßgeschneiderte Lösungen.

www.xenario.de

COPYRIGHT MONITORING EIN UNVERZICHTBARER STANDARD

von Klaus Plaumann

SCHUTZ DES UNTERNEHMENS

Weshalb ist Copyright Monitoring ein unverzichtbarer Service für Agenturen, Verlage und Medienhäuser? Verlage und Bildagenturen werden Möglichkeiten zur Verfügung gestellt, um den Missbrauch ihrer Angebote zu schützen. Der unkontrollierte Zugriff auf digitale Inhalte gefährdet den Wert jedes Medienunternehmens. Nur durch die konsequente Erfassung der Rechtekette und die Kontrolle der Verwendung behalten hochwertige Inhalte ihren Wert.

MONITORING IN DER PRAXIS

Der Umgang mit digitalen Inhalten bei Agenturen und Medienhäusern hat sich verändert. Die relevanten Daten über die legale Verwendung der Inhalte werden konsequent strukturiert. Damit ist die Voraussetzung für die Einführung eines automatisierten Copyright Monitorings möglich geworden.

SCHUTZ DURCH TECHNIK FÜR BILDER UND TEXTE

Verhindern Monitoring Tools die illegale Verwendung? Monitoring Tools verhindern nicht direkt die illegale Verwendung von Inhalten. Sie schaffen aber Transparenz wer, wann und wo welche Inhalte im Internet nutzt. Das wird den Kunden nicht nur für Bilder, sondern auch für Texte angeboten – in einem System.



SERVICE

Was passiert, wenn die illegale Nutzung von Content entdeckt wurde? Für den Kunden wird die gesamte Abwicklung der Nachlizensierung organisiert, ausschließlich über gewerblich motivierte Nutzungen und nicht über private Verwendungen. Dieser Service wird europaweit angeboten. Die Kunden kümmern sich unverändert um ihr primäres Geschäft.

EXZELLENTE MARKTÜBERSICHT

Welchen zusätzlichen Nutzen bietet ein Monitoring? Ein sehr guter Marktüberblick wird aufgezeigt, wo und wie intensiv Inhalte im Web nachgefragt werden. Diese komplette





Marktübersicht ist in unserer Zeit, in der Flatrates zu den Angeboten gehören, sehr wichtig und zwingend für das Geschäft und die Preisfindung der Anbieter.

GEWINNUNG VON NEUKUNDEN

Wie gehen die Kunden mit den Erkenntnissen um? Die Kunden möchten in ihrem Markt nicht durch die exzessive Einschaltung von Rechtsanwälten verbrannte Erde hinterlassen. Copyright-Alliance organisiert eine Abrechnung und begleitet die gesamte Korrespondenz und Abwicklung. Den Kunden steht es frei, mit Hilfe dieser Informationen neue Kunden zu finden und zu akquirieren.

WACHSENDES INTERESSE NACH MONITORING LÖSUNGEN

Gibt es eine wachsende Nachfrage im Markt? Definitiv, nach dem Start steigt im gesamten europäischen Raum die Nachfrage. Neue Kunden aus Österreich, der Schweiz und Großbritannien sind dazugekommen. Aktuell widmen wir uns verstärkt dem nordamerikanischen Markt.

CPA COPYRIGHT-ALLIANCE GMBH

Die CPA Copyright-Alliance GmbH ermöglicht Bildagenturen, Nachrichtenagenturen und Medienhäusern die Kontrolle der Verwendung von Bild-und Textnutzungen im Internet.

CPA ist mit diesem Servicepaket europaweit und in den Vereinigten Staaten aktiv.

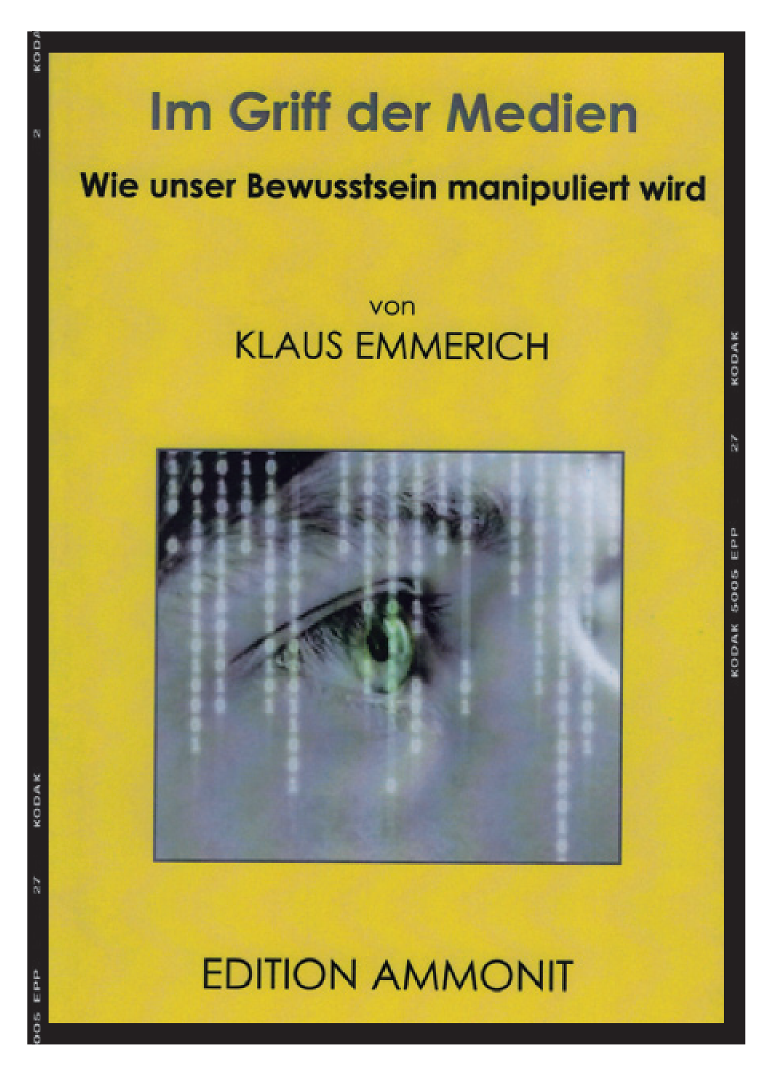
CPA versteht sich nicht nur als technischer Dienstleister, sondern bietet den Kunden die komplette persönliche Beratung bei der Umsetzung des Content Monitorings – mit dem Ziel, den Wert seines Geschäftes dauerhaft zu schützen, um so auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben.

IM GRIFF DER MEDIEN

„Die schwarzen Menschen sind in ihrer zivilisatorischen Entwicklung noch nicht so weit“, oder […] einen Schwarzen mit einer sehr gut aussehenden Frau ins Weiße Haus schicken […), das ist ungefähr so, wie wenn der nächste Bundeskanzler ein Türke wäre, in Österreich. Das schau ich mir an.“ Äußerungen wie diese sind von dem Journalisten und ehemaligen ORF-Redakteur Klaus Emmerich hinlänglich bekannt. Und auch in seinem Buch „Im Griff der Medien – wie unser Bewusstsein manipuliert wird“ bleiben seine Thesen und Feststellungen im Subjektiven.

Wer, vom Titel des etwa 280 Seiten umfassenden Werks neugierig gemacht, fundierte und belegte Thesen erwartet, wird enttäuscht. Scheinbar wahllos greift Emmerich politische Ereignisse, Themen und Entwicklungen auf. Über Hitler, Goethes Faust, Marilyn Monroe, Bertolt Brecht hin zu den Alt-68ern lassen Aufbau und Themen weder System noch Absicht des Autors erkennen. Schon nach zwei Seiten stellt sich der Leser die Frage: Was will mir der Autor sagen und auf welche wissenschaftliche Theorie oder Studie bezieht er sich, die seine Thesen untermauern können? Schon der Umstand, dass nicht eine einzige Fußnote gesetzt ist, zeigt dem Leser, dass das Buch ein Sammelsurium subjektiver Eindrücke und ebensolcher Schlussfolgerungen darstellt. In kurzen Kapiteln mit durchschnittlich zwei Seiten, die nicht hierarchisch geordnet sind, sind Gedankensprünge die Regel. Ein Beispiel auf Seite 20: „Wer das kulturelle Gewicht Europas zutreffend erkennen und erfassen will, kommt natürlich um dieses Buch der Bücher nicht herum. Er ist auf die Bibel angewiesen, wenn er Europa verstehen und auch rechtfertigen will. Was diese zivilisatorische Entwicklung kostet, ist nicht mit der Händlerfrage abzutun, ob es ein bisschen mehr sein dürfe. […] Der Massenmord von Oslo am 22. Juni 2011 führt in den Irrgarten menschlicher Verblendung und maßloser Anmaßung“!?? Eine sukzessive Hinleitung zu einer Hauptthese mit anschließender Beweisführung fehlen ebenso wie der konkretisierte Bezug zum Titel des Kapitels das da lautet: „Täter wie Freud und Sartre.“ Ratlosigkeit bleibt bei dem Leser zurück, angesichts einer offenbar willkürlichen Aneinanderreihung von Themen und Aussagen. Er wird mit Weisheiten des Autors konfrontiert.

Was als vermeintliche Tatsachenbehauptung daherkommt bleibt unbelegt, andere Quellen als des Autors Ansicht oder Wissen werden nicht angezeigt. Die Aussagen Emmerichs bleiben damit selbstreferentiell, was dem gewählten Thema nicht gerecht werden kann. Die Herausgeber Rolf von Baden und Siegfried Jäger sind in dieser Frage besser vorgegangen.



In ihrem Buch mit dem Titel „Im Griff der Medien – Krisenproduktion und Subjektivierungseffekte“ wird bewiesen, dass Medien Wirklichkeit nicht nur beschreiben, sondern auch hervorbringen bzw. gestalten. Der Band ist entstanden bei einer Tagung des Duisburger Instituts für Sprach- und Sozialforschung (DISS) im Jahr 2010 in Würzburg. Er dokumentiert die Redebeiträge und ergänzt diese mit Stellungnahmen und Analysen von Wissenschaftlern und Journalisten. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie Medien mit Ausnahmezuständen umgehen. Aber auch wie Medien diese Krisen deuten und gegebenenfalls produzieren.

Die Herausgeber verstehen das Buch als perspektivischen Querschnitt durch das weite Feld medialer, politischer und sozialer Konflikte. Anhand von Jugendzeitschriften, Ratgeberliteratur, YouTube, Videos und Computerspielen werden die Auswirkungen medialer Produkte auf herrschende Diskurse analysiert. An einer Stelle wird gezeigt, wie es Medien gelingen kann, Kriegsbereitschaft in der Bevölkerung zu schaffen und zu stabilisieren. Sehr lesenswert.

Rolf von Raden / Siegfried Jäger (Hg.) Im Griff der Medien Krisenproduktion und Subjektivierungseffekte Paperback, Unrast Verlag. ISBN: 978-3-89771-758-9. 24 Euro

Klaus Emmerich Im Griff der Medien – Wie unser Bewusstsein manipuliert wird. Gebunden, Edition Amminit. ISBN 978-3-95486-130-9. 20 Euro

LETZTE MELDUNGEN



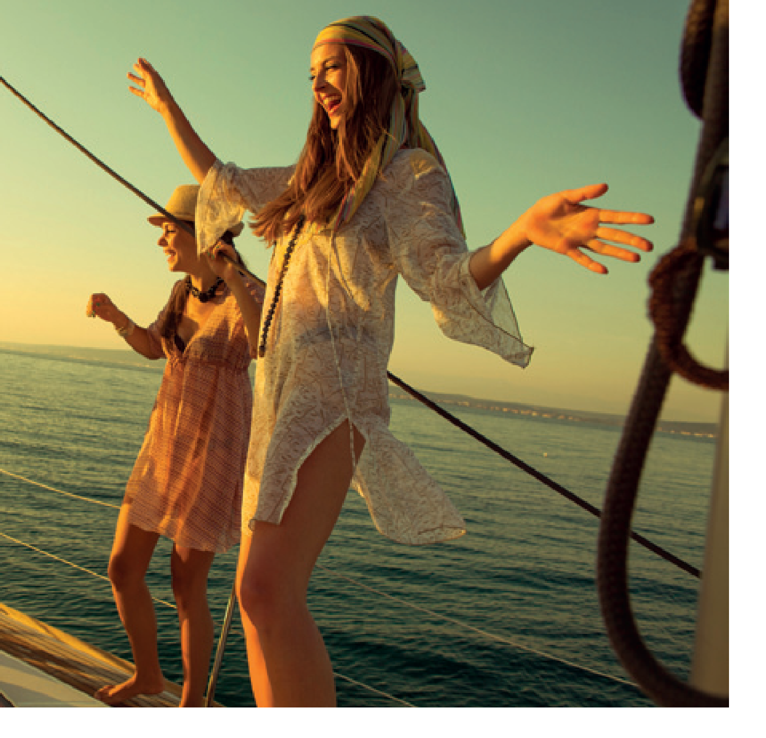


Oben: „Noodle Making“ von Tessa Bunney gewinnt den Hauptpreis des „Pink Lady Food, Photographer oft he Year Award 2014“. Darunter: Siegerfoto „Roasted Pigeons“ in der Kategorie „Food of the Press“ von Caroline Martin



ERSTER PREIS FÜR „NOODLE MAKING“

Die britische Fotografin Tessa Bunney hat den Hauptpreis des Internationalen Fotografie-Wettbewerbs „Pink Lady Food, Photographer oft he Year 2014“ gewonnen. Die Jury, bestehend aus 31 Experten, kürte Bunneys Bild „Noodle Making“ zum Siegerfoto. Diese Auszeichnung ist verbunden mit einem Preisgeld von 5.000 britischen Pfund (etwa 6.000 Euro). Bunney hat das Bild in Laos aufgenommen und die Jury rühmte die „wunderbare Komposition und die perfekte Momentaufnahme“ der Britin. In der Kategorie „Food oft the Press“ für das beste kürzlich veröffentlichte Food-Foto, gewann die Französin Caroline Martin mit ihrem Stilleben-Bild „Roasted Pigeons“. In dieser Kategorie hatten sich 400 Fotografen aus 20 Ländern beworben. Den zweiten Platz belegte hier Guy Harrop aus Großbritannien mit dem Fischerfoto „Herring Festival“. Auf Rang drei kam Becky Lawton aus Spanien mit dem Rohkost-Arrangement „Delicias Bajo Cero“. Insgesamt wurden Preise in 16 Wettbewerbskategorien vergeben, die von „Food in the Street“ über „Food in the Field“ bis hin zur Kategorie „Food for Celebration“ reichten. Veranstalter und Hauptsponsor „Pink Lady“ – weltweit bekannt durch seine Apfel-Marke gleichen Namens – prämierte in der Kategorie „An Apple a Day“ das schönste Apfel-Bild.



Die Bildagentur Lumi Images bietet unter anderem Fotos zum Thema „Lifestyle“ und „People“. Foto: Lumi Images.

AUS DEM ALLTAG FÜR DEN ALLTAG

Die Fotoagentur Lumi Images will in diesem Jahr neben den regelmäßigen Fotoshootings ihr Spektrum erweitern und den Fokus auch auf den Bereich Video sowie Crossover-Produktionen (Video und Bild) legen, um in multimediale Geschäftsbereiche vorzustoßen. Das hat die Agentur der VISUELL-Redaktion auf Nachfrage bestätigt.
Der Fotograf Dario Secen und die Designerin Alina Jakubowska haben 2010/2011 die Fotoagentur Lumi Images gegründet. Die Agentur hat den Anspruch mit ihren Bildern Modernität und Authentizität einzufangen, etwa nach dem Motto „Aus dem Alltag für den Alltag“. Lumi Images und arbeitet mit einem kleinen Kreis von zehn Fotografen zusammen, mit den Schwerpunktthemen „Lifestyle“ und „People“ sowie „Small Buisiness“.

GETTY IMAGES KOOPERIERT MIT SAMSUNG

Fotografen mit Samsung NX-Systemkameras können ihre Bilder zukünftig der neuen Samsung Collection auf Getty Images hinzufügen und auch für kommerzielle Zwecke nutzten. Die Partnerschaft der beiden Unternehmen soll dadurch Menschen weltweit in die Lage versetzen, ihre Geschichten mit Fotos zu erzählen. Profifotografen beginnen derzeit damit, die Samsung-Collection bei Getty zu befüllen.

IMAGO INDIAPICTURE

Die Fotoagentur „imago“ arbeitet in Zukunft mit der indischen Fotoagentur „Indiapicture“ zusammen. Letztere wurde im Jahr 2004 gegründet und liefert Bildmaterial aus den Bereichen People, Lifestyle, Gesundheit, Schönheit, indische Kultur und Reisen. Jeden Monat produziert „Indiapicture“ etwa 1000 neue Bilder. Imago-Kunden haben derzeit Zugriff auf 60.000 Bilder des neuen Partners.

+++ SERVICEGUIDE +++

ANWÄLTE	PLZ
Rechtsanwalt Alexander Koch, Autor von „Handbuch zum Fotorecht“, Sächsische Straße 63, 10707 Berlin, Telefon 030 88675321, E-Mail: post@rakoch.de	1
Scheel-Pötzl Fachanwältin für Urheber- und Medienrecht, Museumstraße 31, 22765 Hamburg, Telefon 040 399 247 30, Fax 040 399 247 28, E-Mail: kanzlei@poetzl-recht.de, www.poetzl-recht.de	2
KSP Kanzlei Dr. Seegers, Dr. Frankenheim Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Kaiser-Wilhelm-Straße 40, 20355 Hamburg, Telefon 040 45065-696, E-Mail: medien@ksp.de	2

BILDBESCHAFFUNG (Artbuyer, Bildredakteure)	
Bildredaktion Hamburg. – Freier Bildredakteur, Art Buyer und Fotograf, übernimmt Aufträge bundesweit. Schnell. Professionell. Und mit dem Blick für wirklich gute Fotografie. Diplom-Kommunikationsdesigner Bob Heinemann, mail@bobheinemann.de, Tel. 0171 9338265, www.bildredaktion-hamburg.de	2
Picture Worx – international erfahrene Bildredakteurin bietet Bildredaktion, -beschaffung, -konzeptentwicklung, Fachseminare, Vorträge, www.picture-worx-koeln.de	4
Red.Sign GbR – Anja Schlatterer, Alexander str. 171, 70180 Stuttgart, www.redsign.de, Bild redaktion, Grafik, Redaktion. Tel. 0711 620083-66, E-Mail: anja.schlatterer@redsign.de	7
www.Freie-Bildredakteure.de – Vermitteln deutschlandweit Bildredakteure an Werbeagenturen, Verlage und Unternehmen. E-Mail: office@freie-bildredakteure.de, Tel. 08234 809840	8

FOOTAGE	
ClipDealer – lizenzfreie Footage Clips in diversen Auflösungen zum Fixpreis und sofortigen Download. www.clipdealer.de	8

ILLUSTRATOREN	
www.illudirectstockillustrations.com – Derzeit 3.500 Bilder von internationalen Künstlern von höchster Qualität. Mit Links zu den verschiedenen Webseiten unserer Illustratoren, Spezialaufträge werden übernommen. E-Mail: info@illudirect.com, Tel.: 0031 – 654 725222, Casparuslaan 505, 1382 KR Weesp, NL.	NL-1



Titelbild

Das Titelbild dieser Ausgabe von VISUELL/ SMART PHOTO DIGEST stammt von der Agentur depositphotos.



Titelbild SMART PHOTO DIGEST

Das Titelmotiv von SMART PHOTO DIGEST auf Seite 59 stammt von der Fotoagentur Fotolia.

VORSCHAU

**Die nächste VISUELL erscheint am 15. August 2014.
Darin finden Sie u.a. folgende Themen:**



DER BILDERMARKT IN ÖSTERREICH

Bilder Ein- und Verkäufer in der Alpenrepublik

RECHTSFRAGEN, HILFEN UND FACHANWÄLTE

Neuste Rechtsprechung in der Bundesrepublik

CEPIC 2014

Interessantes für Bildnutzer und Fotografen

SMART PHOTO DIGEST

Das Magazin für moderne Fotografie

JETZT MIT RAW

Diese Geräte produzieren Rohdaten

Bearbeitung direkt auf dem Smartphone

IM TEST:

Nokia Lumia 1520

Das neue HTC One

APPS FÜR DEN SOMMER:

Das perfekte Shooting

Praktische Helfer Urlaub & Co.

INHALT

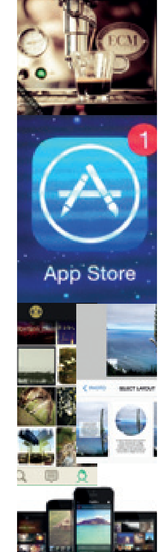




TITELTHEMA

SMARTPHONES

WORKSHOPS



ZUBEHÖR

APPS

FOTOGRAFIE



WIRTSCHAFT

SERVICE





LIEBE LESERINNEN UND LESER,

es ist Frühling! Zeit die Kamera zu zücken und die Natur zu fotografieren.
Für uns reicht natürlich das Smartphone.
Da gibt es einige spannende Neuheiten wie zum Beispiel das Phablet Nokia Lumia 1520 und das neue HTC One. Beeindruckende Geräte, die beeindruckende Bilder machen. Mehr dazu ab Seite 78.
Als unsere Leser wissen Sie, dass Smartphone-Kameras die Konkurrenz der DSLRs nicht fürchten müssen. Mit der Integration von RAW (ab Seite 64) in aktuelle und zukünftige Modelle haben sich die Smartphones wieder einen Schritt an das Profi-Equipment angenähert.
Und auch wenn Sie bislang weiterhin mit der DSLR fotografieren wollen, können Sie mit einem Smartphone Ihr Shooting vorbereiten und vereinfachen. Wie das geht, erfahren Sie ab Seite 84.

Viel Spaß beim Lesen und natürlich beim Fotografieren!

Ihr Timo Stoppacher

+++ NEWS +++

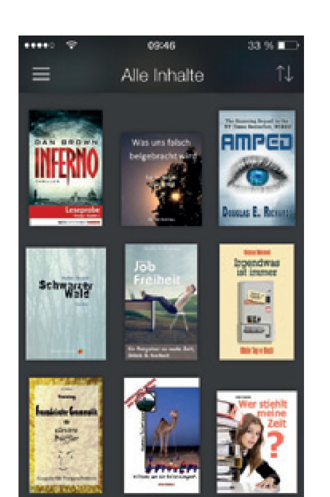


INITIATIVEN FÜR DRAHTLOSES LADEN

(up) Für Smartphones existieren bereits drahtlose Ladegeräte wie Lladematten, Ladekissen und Ladeplatten. Ein Ladezyklus dauert mit ihnen aber länger als mit den mitgelieferten Kabeln. Sie kosten zudem zwischen 25 und 80 Euro und ihr Energieverbrauch ist höher. Die drahtlosen Geräte punkten jedoch bei Komfort und Optik. Die Konsortien PMA, WPC, A4WP haben jetzt eigene Standards verabschiedet um der kabellosen Zukunft ihren Stempel aufzudrücken. „Kontaktlose Verbindungen reduzieren den Verschleiß durch Reibung oder Rost, zudem können elektronische Komponenten hermetisch eingeschlossen und gegen aggressive Flüssigkeiten oder Gase geschützt werden“, erklärte der Magdeburger Forscher Sven Thamm vom Institut für Automation und Kommunikation gegenüber dem IT-Magazin „atFerchau#12“. Smartphones, mit denen induktives Laden möglich ist, sind inzwischen unter anderem bei Google, LG, Nokia und Samsung erhältlich. Für andere Geräte wie das iPhone wurden Hüllen oder sog. „Jackets“ mit induktiven Energie-Empfängern entwickelt.

NACHRICHTENVERSCHLÜSSELUNG AUF DEM HANDY

(up) Das Journalistenzentrum Deutschland warnt vor der unbedachten Nutzung von kostenlosen Kurznachrichten-Apps. Wer derartige Apps installiert hat läuft Gefahr, dass seine Gespräche und Kurznachrichten mitgeschnitten werden, und zwar selbst dann, wenn die Anwendung nur im Hintergrund läuft. Solche Programme können Fotos einsehen, diese mit dem aktuellen Standort verbinden und hochladen. Die Daten werden auf die Server der Anbieter übertragen, ohne dass der Nutzer dies merkt. Schützen kann man sich dagegen kaum. Ist die App installiert, muss man ihr entsprechende Berechtigungen gewähren und trägt möglicherweise etwas mit sich, was einer „Wanze“ am Körper, am Arbeitsplatz, bei Recherchen oder auf dem heimischen Nachttisch nahe kommt. Eine Alternative zum Versand von kostenlosen SMS wäre, ein System zu wählen, bei welchem alle Nachrichten verschlüsselt übertragen werden. Durch diese Verschlüsselung kann niemand außer Absender und Empfänger den Inhalt der Nachrichten lesen. Eine App, die das verspricht, ist Threema.



SMARTES LESEN

(up) 60 Prozent der Smartphone-Nutzer lesen elektronische Publikationen auf ihrem Gerät. Das hat eine Aris-Umfrage im Auftrag des IT-Branchenverbandes Bitkom ergeben. Demnach liest mehr als jeder Zweite (57 Prozent) auf seinem Notebook oder Tablet-PC sowie speziellen E-Book Readern (54 Prozent). Dagegen nutzt fast nur jeder Dritte (34 Prozent) E-Books auf seinem Desktop-PC. Jeder fünfte Leser von elektronischen Büchern (17 Prozent) synchronisiert zusätzlich den aktuellen Lesestand

zwischen verschiedenen Geräten. In der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen tut dies sogar jeder Vierte. Dadurch kann die Zeit an der Bushaltestelle oder in der U-Bahn genutzt werden, um auf dem Smartphone dort weiterzulesen, wo man am Vorabend mit dem E-Book Reader aufgehört hat. Viele E-Book Plattformen bieten inzwischen eine solche Synchronisierung an. Bei der Frage des Lesestoffs liegt bei den E-Book Lesern die Belletristik vorne (73 Prozent). Etwa gleichauf liegen Reiseführer (38 Prozent), Ratgeber (32 Prozent) sowie Lehr-und wissenschaftliche Bücher (30 Prozent).

YANDEX GEGEN GOOGLE

(up) Das russische Suchmaschinenunternehmen Yandex wird zwei Smartphones mit seinen Diensten ausstatten und damit Google Konkurrenz machen. Das berichtet Bloomberg. Demnach will Yandex mit den Herstellern Huawei Technologies und ZAQ Explay kooperieren und eine vollwertige Alternative zu Google anbieten. In Russland kaufen immer mehr Menschen Smartphones, und der Marktanteil von Yandex ist mit 62 Prozent bereits mehr als doppelt so groß wie der des US-Branchenführers. Auf den Smartphones der beiden Kooperationspartner wird Yandex seinen eigenen Browser samt Landkarte integrieren.



VIDEOS BOOMEN

(up) Immer mehr Internet-Nutzer in Deutschland schauen sich Videos an. Allein im Januar 2014 waren es knapp 47 Millionen Nutzer, sie haben 7,8 Milliarden Videos angeklickt. Diese Zahlen nennt die Bildagentur Shutterstock. Demnach erfreut sich das Medium wachsender Beliebtheit, und die Ausgaben für die Produktion haben sich in den letzten zwei Jahren mehr als verdoppelt. Tendenz steigend.

NOKIA PUSHT PREISGÜNSTIGE SMARTPHONES

(ts) Der finnische Hersteller Nokia will mit den Einsteiger-Smartphones Nokia X und Nokia X+ die ‚nächste Milliarde' Menschen an Internet- und Cloud-Dienste bringen. Die Modelle richten sich an den schnell wachsenden Markt für preisgünstige Smartphones. Gleichzeitig bieten sie Nutzern den Einstieg zu Microsoft-Diensten wie Skype, OneDrive und Outlook.com und wecken das Interesse, später auf ein Lumia upzugraden. Stephen Elop, Executive Vice President Devices & Services bei Nokia, kommentiert die Neuvorstellungen: „Nokia hat Milliarden von Menschen rund um die Welt miteinander verbunden und heute haben wir gezeigt, wie unser Portfolio darauf ausgerichtet ist, die nächste Milliarde Menschen mit großartigen Diensten und Erlebnissen zu verbinden." Außerdem öffnet Nokia seine Smartphones für Android-Entwickler, wie der Konzern auf dem Mobile World Congress bekannt gab.



DIE RAW-OLUTION

Erstmals ist es auch bei einigen Smartphones möglich, Fotos im verlustfreien RAW-Format abzuspeichern. Doch welche Vorteile bringt RAW überhaupt mit? Und verursachen die großen Bilddateien möglicherweise auch Nachteile? Lesen Sie, ob RAW tatsächlich das Zeug zur RAW-ovultion in der Smartphone-Fotografie hat.

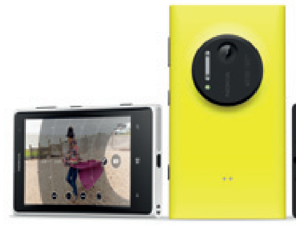
von Markus Siek

Als Nokia im Herbst 2013 ankündigte, dass mit den Modellen Lumia 1020 und 1520 erstmals mit Smartphones Fotos im verlustfreien RAW-Format aufgenommen werden können, war die Resonanz riesig. Ein Durchbruch für die Smartphone-Fotografie, jubelten viele. Nur der Anfang eines neuen Trends, mutmaßten einige Experten. Jetzt, ein knappes halbes Jahr später, ist die richtige Zeit gekommen, Bilanz zu ziehen. Hat die RAW-olution in der Smartphone-Fotografie tatsächlich schon begonnen?

Wer mit seinem Handy RAW-Fotos aufnehmen will, ist bei der Modellauswahl auch jetzt noch stark eingeschränkt. Nach wie vor bietet nämlich nur Nokia für zwei Windows Phone-Modelle diese Funktion an (siehe dazu auch den Test auf Seite 69).

Google hat zwar offiziell bestätigt, an einer RAW-Unterstützung für Android zu arbeiten, doch genauere Informationen ließ sich der Suchmaschinenriese noch nicht entlocken. Bei den iPhones ist RAW aktuell noch kein Thema.

DIESE SMARTPHONES BEHERSCHEN RAW-FOTOS





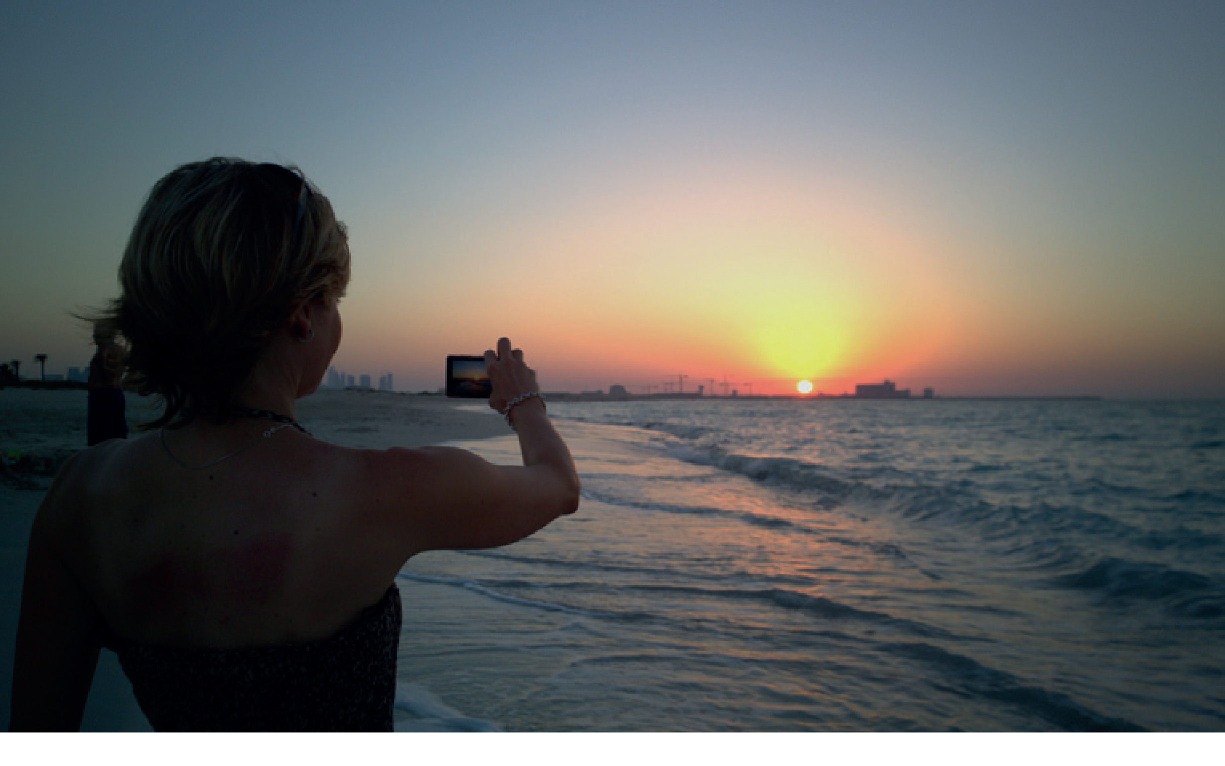


NOKIA LUMIA 1020

Hersteller: Nokia
Plattform: Windows Phone
Display-Größe: 4,5 Zoll
Sensorauflösung: 41 Megapixel
Sensorgröße: 1/1,5 Zoll
Blende: f /2,2
Brennweite: 26 mm
RAW-Dateiformat: DNG
Infos: www.nokia.com
Preis (online): ab 436 Euro

NOKIA LUMIA 1520

Hersteller: Nokia
Plattform: Windows Phone
Display-Größe: 6 Zoll
Sensorauflösung: 20 Megapixel
Sensorgröße: 1/2,5 Zoll
Blende: f /2,4
Brennweite: 26 mm
RAW-Dateiformat: DNG
Infos: www.nokia.com
Preis (online): ab 489 Euro



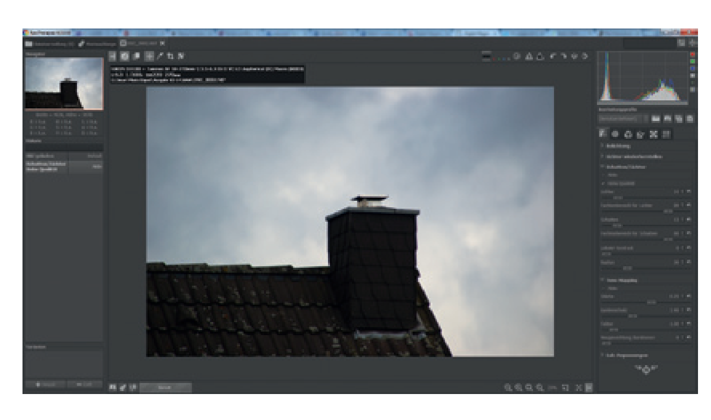
Stolze 41 MB Speicherplatz verbraucht dieses RAW-Foto, das mit dem Nokia Lumia 1020 aufgenommen wurde. Quelle: Nokia

WAS BEDEUTET RAW?

RAW (englisch für: roh, unbearbeitet) wird zwar häufig als Bildformat bezeichnet, ist aber tatsächlich nur ein Oberbegriff für viele unterschiedliche Dateiformate. In welchem Format RAW-Bilder gespeichert werden, unterscheidet sich nämlich von Hersteller zu Hersteller, manchmal sogar von Modell zu Modell. Gängig sind unter anderem „dng", „rw2" und „nef". Geöffnet und bearbeitet werden können diese Dateien nur von den Konvertern, die die Hersteller der Kamera beilegen oder mit Programmen, die den jeweils passenden Codec mitbringen.

Wie unterscheiden sich JPEG und RAW?
Das RAW-Format war bislang den Fotografen mit Systemkameras und DSLRs vorbehalten. Dort lässt sich einstellen, ob man im JPEG-, im RAW- oder in beiden Formaten gleichzeitig Bilder aufnehmen will. RAW-Bilder sind unkomprimiert und verbrauchen somit deutlich mehr Speicherplatz als JPEG-Bilder. RAW-Demo-Fotos des Lumia, die Nokia auf seiner Website online gestellt hat, sind beispielsweise über 40 MB groß. Pro Bild wohlgemerkt! Damit man seinen Fotos so großzügig Platz auf der Speicherkarte einräumt, muss RAW natürlich auch entsprechende Vorteile mitbringen. Und das tut es. Wenn Sie in diesem Modus fotografieren, speichert die Kamera die unbearbeiteten Bildinformationen quasi direkt vom Sensor. Deshalb wird RAW auch häufig als digitales Negativ bezeichnet. Bei JPEG-Fotos

hingegen werden Aufnahmen automatisch bearbeitet. Kontrast, Weißabgleich, Farbsättigung, Nachschärfung, Rauschunterdrückung: All dies wird bei JPEGs automatisch von der Kamera eingestellt, optimiert und direkt in die Bildinformationen geschrieben. Bei RAW-Bildern hingegen legen Sie diese Einstellungen später per Bildbearbeitung manuell fest, wenn Sie die Fotos mit einem RAW-Converter in JPEG-Bilder umwandeln. Und diese Umwandlung ist nötig, damit die Bilder mit allen gängigen Bildbetrachtern und Bearbeitungsprogrammen aufgerufen und weiter verarbeitet werden können.



Mit kostenlosen Tools wie RAW Therapee können Sie RAW-Bilder bearbeiten und konvertieren.

WELCHE VORTEILE BIETET RAW?

Bilder nach der Aufnahme bearbeiten zu müssen, klingt zunächst nicht wirklich wie ein Vorteil. Dieser zeigt sich jedoch vor allem dann, wenn man in schwierigen Lichtsituationen oder Motive mit großem Helligkeitsumfang fotografiert hat. JPEG kennt pro Farbkanal nur 256 Helligkeitsstufen, RAW hingegen 4.096. So können Sie bei einem RAW-Foto, das beispielsweise bei Gegenlicht aufgenommen wurde, in der Nachbearbeitung dafür sorgen, dass auch dunkle Bildbereiche sichtbare Details aufweisen. Bei einem JPEG-Bild wäre das hingegen unmöglich. Auch Farbstiche durch einen falschen automatischen Weißabgleich sind bei RAW-Bildern kein Problem.

Hat RAW auch Nachteile? In Bezug auf die Bildqualität und die Weiterverarbeitungsmöglichkeiten ist das RAW-Format immer besser als JPEG. Die Nachteile liegen eher in der Praktikabilität. Zum einen kann die Dateigröße schnell bei einem Nokia Lumia 1020 zum Problem werden, wenn man sich entscheidet, standardmäßig mit dem DNG-Format (das nutzt Nokia bei RAW-Bildern) zu fotografieren. Die Auflösung von 41 Megapixeln führt zu einer Dateigröße von ebenso vielen Megabyte. 10 Bilder bedeuten dementsprechend 410 Megabyte. 100 Bilder verbrauchen schon über 4 Gigabyte. Für fleißige Schnappschussfotografen ist RAW also völlig ungeeignet. Weiterer Nachteil: Die Bilder müssen zwingend bearbeitet und konvertiert werden. Schnell via Internet eine gelungene Aufnahme zu Facebook, Flickr und Co. hochladen, geht also nicht. Das raubt der Smartphone-Fotografie einen großen Vorteil! Zumindest erlaubt es das universelle DNG-Format, dass die meisten Bildbetrachter das Foto zumindest anzeigen können. Und es gibt noch einen Nachteil: Nach jeder Aufnahme im RAW-Format muss die Kamera die Bildinformationen zunächst mehrere Sekunden verarbeiten und anschließend speichern. In schneller Folge mehrere Fotos hintereinander aufzunehmen, ist so unmöglich.

BRINGT RAW EINEN MEHRWERT FÜR SMARTPHONES?

Wer aufgrund all dieser Nachteile jetzt mit seinem Nokia Lumia oder mit einem anderen zukünftigen Smartphone darauf verzichten will, mit dem RAW-Format zu fotografieren, verpasst trotzdem eine Menge Möglichkeiten. RAW eignet sich bei Smartphones zwar nicht als Standard-Aufnahmeformat, wohl aber als Alternative, wenn bei einem Motiv alles herausgeholt werden soll, was in puncto Kontrastumfang möglich ist. Also immer dann, wenn es sich nicht um einen Schnappschuss, um eine Alltagssituation handelt, sondern um ein Motiv, bei dem man sich Zeit nehmen kann, Bildausschnitt und Kameraeinstellung bewusst auszuwählen. Eine RAW-olution bedeutet das zwar nicht, wohl aber den großen Vorteil, beim Fotografieren künftig mehr Möglichkeiten zur Verfügung zu haben.

RAW-FOTOS MIT DEM IPHONE



Mit dem iPhone Fotos im RAW-Format aufnehmen? Geht nicht. Geht doch: Mit der App „Digital Negative“, die es bei iTunes für 2,69 Euro zu kaufen gibt. Bei der App können Sie einstellen, ob Sie mit dem JPEG oder dem verlustfreien DNG-Format fotografieren wollen. So sollen laut Hersteller Cyprus Innovations Bilder in höchster Qualität möglich werden. Mit echten RAW-Fotos hat das trotzdem nichts zu tun, denn die Bildinformationen, die verarbeitet werden, stammen nicht direkt von den Rohdaten, die der Bildsensor liefert. Stattdessen werden diese anhand der RGBA-Daten der App rekonstruiert. Eine Mogelpackung, die die Bildqualität leider keineswegs verbessert.

DAS NOKIA LUMIA 1020 ROCKT MIT RAW

Nokias Flaggschiff sorgt weiterhin für Furore. Mit einem neuen Betriebssystem ausgerüstet, dem Lumia Black, können Fotos nun im RAW-Format aufgezeichnet werden.

von Manou Wahl



Im RAW-Konverter von Adobe CC bearbeitet, ISO 100, f2,2, 1/80. Unten: Originaldatei in RAW-Format aufgenommen.



Das Nokia Lumia 1520 und auch das Lumia 1020 sind die ersten mobilen Geräte, die Fotos wahlweise im RAW-Format aufzeichnen können. Diese „Rohdaten“ werden auch als „digitales Negativ“ bezeichnet, sie sind die originären Daten des Fotos, da sie ohne Veränderung so gespeichert werden, wie sie der AD-Konverter nach der Aufnahme durch den Bildsensor liefert. Diese Rohdaten müssen in einen RAW-Konverter in ein übliches Dateiformat überführt werden, damit diese Bilddateien weiter bearbeitet werden können. Über die Bildqualität entscheidet nun auch die Leistungsfähigkeit des RAW-Konverters. Der hier verwendete RAW-Konverter von Adobe ist wohl der meist verwendete Konverter und bietet ein breites Spektrum, um das Foto optimal zu bearbeiten. Da das Smartphone keinen eigenen Raw-Konverter zur Verfügung stellt, braucht man ein entsprechendes Fotobearbeitungsprogramm. Das RAW-Format ist nur bei der App Nokia Pro Cam verfügbar, diese App sollte als Standard festgelegt werden. Die Nokia Camera verfügt nicht über das Raw-Format.
Was sich alles aus den Roh-Daten eines Lumia 1020 herausholen lässt, kann nun jeder selbst ausprobieren. Hier sind ein paar Beispiele, was alles möglich ist.



Fashion Shooting mit Halofarben: Hier wurde ISO 400, f2,2 und 1/30 verwendet. Trotz der hohen Verschlusszeit und ISO 400 ist nur wenig Bildrauschen vorhanden.



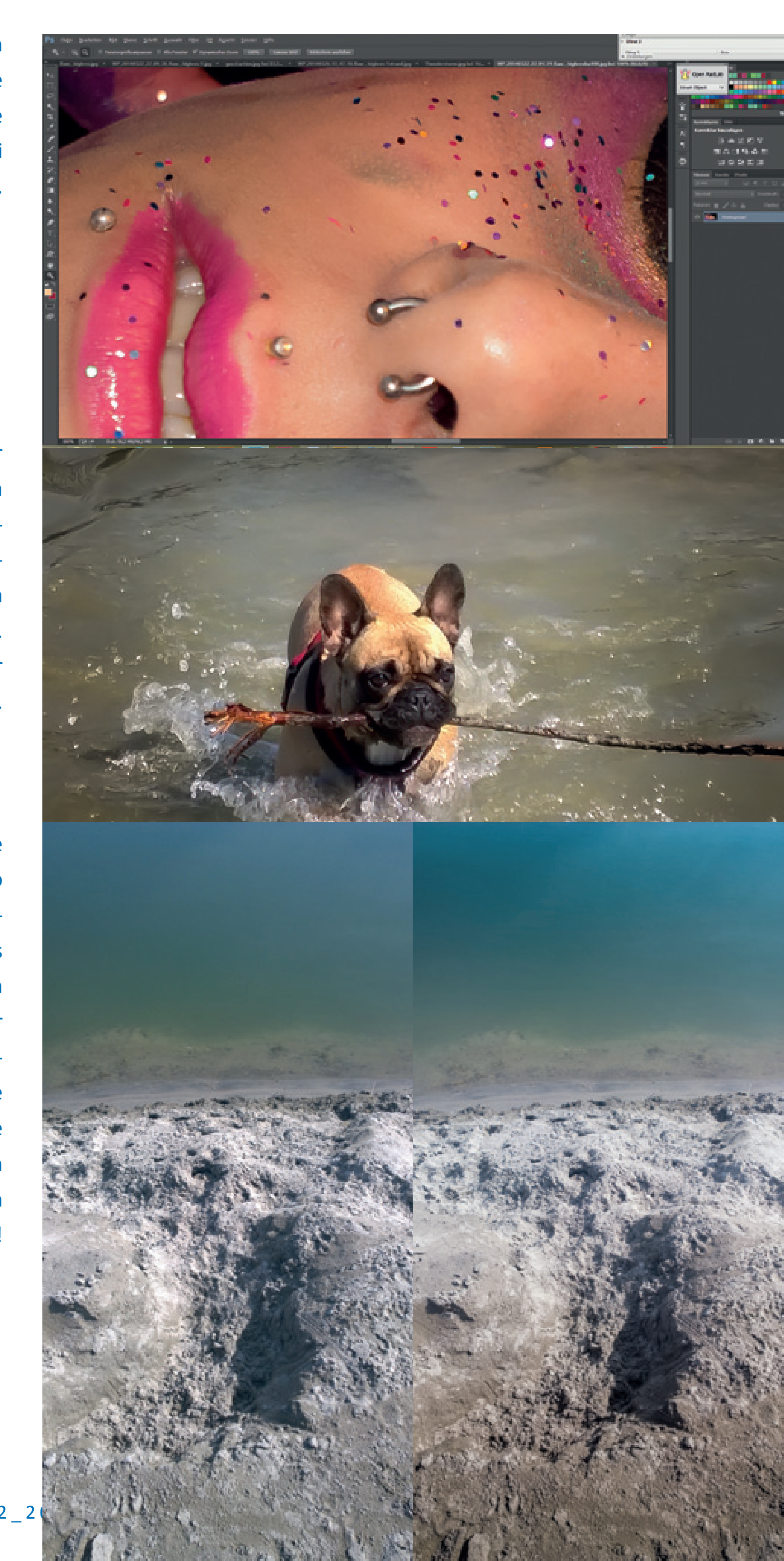
Hier wurde ISO 100, f2,2 und 1/50 verwendet. Auch in der Vergrößerung von 100 Prozent erkennt man deutlich, wie brillant diese Handykamera arbeitet.

In Camera Raw 8.3 (der aktuelle RAW-Konverter von CC) zeigen die Bilder einen Detailreichtum wie bei den Härchen der Spinne, der weit über das Übliche bei Handyfotos hinausgeht. Diese RAW-Datei wurde mit 4352x4056 Pixel aufgezeichnet. Das Bild in Rohdaten hat dann eine Dateigröße von 41,66 MB!

Eine beachtliche Leistung für ein Smartphone, da der Bildsensor im 1/1,5-Zoll-Format sehr klein ist.

Weitere brillante Beispiele sind die Fashionaufnahmen, auch hier kann man die Qualitäten der Kamera sehr gut erkennen. Man beachte die Detailschärfe!

RAW-Datei in der 100%-Ansicht in Adobe Photoshop CC geladen: Die Detailfülle ist beeindruckend, die Bildqualität geht weit über das bei Smartphones übliche Maß hinaus.



Auch Bewegungsfotos können sehr scharf und detailreich werden, da die Lade- und Speicherzeit im RAW-Format sehr lange ist, ist es in diesem Falle ratsam, die Nokia Camera mit Sport-Modus zu verwenden. Sonst werden es eher Glückstreffer wie dieser hier.

Hier lassen sich die Unterschiede gut erkennen, das rechte Foto wurde im RAW-Konverter nachbearbeitet. Die Farbe des Wassers wurde optimiert, indem durch einen angewandten Verlaufsfilter der Farbbereich mehr ins Blaue korrigiert wurde. Ebenfalls wurden die Lichtspitzen des Strandes (leichte Überstrahlung) angepasst. Auch kommt der nasse Sand (vorne im Bild) jetzt realistischer zur Geltung!

Auch solche schön Effekte lassen sich nur mit dem RAW-Konverter erzielen. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt.



FAZIT

Um starke Fotos zu schießen, gibt es beim Lumia 1020 wie gewohnt viele Einstellmöglichkeiten, die wir im letzten Heft ausführlich vorgestellt haben. Doch der RAW-Konverter ist das absolute Highlight. Hier kann man das Foto komplett noch einmal verändern, gleich, ob Belichtung, Weißabgleich, Sättigung, Farbtemperatur, Veränderung von Schärfe und Licht, SW-Konvertierung, selektive Farbänderungen und vieles mehr. Es bleibt dabei, das Lumia 1020 hat eine der besten Smartphone-Kameras.



RAW-BILDER AM SMARTPHONE OPTIMIEREN

Immer mehr Fotografen optimieren ihre Bilder direkt am Smartphone. Doch wie sieht es eigentlich mit RAW-Bildern aus? Welche Apps unterstützen das native Bildformat? Wir stellen Ihnen die Kandidaten vor.

von Markus Siek

DSLRs und Systemkameras bieten schon seit vielen Jahren standardmäßig die Option, Fotos nicht im JPEG, sondern im unkomprimierten Rohdatenformat RAW zu speichern. Inzwischen hat es das insbesondere bei Profifotografen beliebte Format auch auf die ersten Smartphones geschafft. So bietet Nokia mit den Modellen Lumia 1020 und 1520 die weltweit ersten Smartphone-Cams an, die Bilder auf Wunsch im verlustfreien RAW-Format „DNG" (Digital Negative) aufnehmen und speichern. Da Google zudem bestätigt hat, an der RAW-Unterstützung von Android zu arbeiten, kann man davon ausgehen, dass in naher Zukunft RAW noch auf vielen weiteren Smartphones verfügbar sein wird.

WOFÜR SIND RAW-APPS GUT?

Auch wenn Ihr Smartphone bislang noch keine RAW-Fotos aufnehmen kann: Anzeigen, verwalten und bearbeiten können Sie die Rohdatenbilder schon jetzt mit Ihrem Handy. In den Info-Kästen stellen wir Ihnen die entsprechenden Apps für Android und iPhone bzw. iPads ausführlich vor. Diese Apps sind vor allem für diejenigen Fotografen nützlich, die nicht nur mit einem Smartphone auf

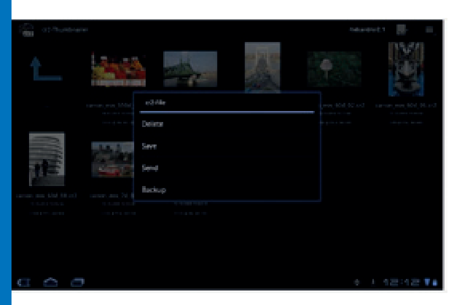
Bilderjagd gehen, sondern auch mit einer Systemkamera oder einer DSLR – und dabei auf das RAW-Format setzen. Dank der RAW-Apps können Sie die aufgenommenen Bilder anschließend direkt auf Ihrem Smartphone weiterverarbeiten und konvertieren – oder auch einfach speichern, falls der Platz auf der SD-Karte der Kamera ausgeschöpft ist. Nützlich sind solche Apps, da Sie so flexibel unterwegs per Tablet oder Smartphone mit RAW-Bildern arbeiten können und nicht darauf angewiesen sind, ein Notebook mitzuschleppen oder zu warten, bis Sie wieder vor Ihrem Desktop-PC sitzen.

LIGHTROOM FÜR DAS IPHONE

Dass die Nachfrage nach professionellen Bildverwaltungs- und Bildbearbeitungs-Apps mit RAW-Unterstützung groß ist, beweist auch die Tatsache, dass Adobe kürzlich mit Lightroom Mobile eine entsprechende App für das iPad veröffentlicht hat. Die App selbst ist kostenlos, kann aber nur genutzt werden, wenn die Anwender ein entsprechendes Creative-Cloud-Abo abgeschlossen haben. In Kürze soll Lightroom Mobile auch als iPhone-App angeboten werden. Ob auch eine Android-App in Planung ist, hat Adobe bislang nicht verraten. Welche Apps bereits jetzt für iPhone und Android verfügbar sind, erfahren Sie im Infokasten.

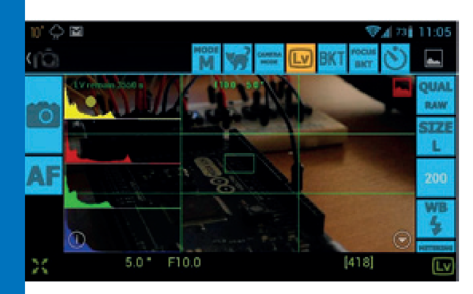
RAW-APPS FÜR ANDROID IN DER ÜBERSICHT

CR2-THUMBNAILER



CR2-Thumbnailer bietet Ihnen die Möglichkeit, RAW-Fotos im CR2-Format (Canon) auf Ihrem Smartphone zu öffnen und anzuschauen. Zudem können Sie die Bilder als JPEGs abspeichern. Eine Konvertierung findet dabei jedoch nicht statt, nur die eingebetteten JPEG-Daten werden gespeichert. Die kostenlose Version ist auf fünf Fotos beschränkt.
Hersteller: S.Holst
Demoversion verfügbar: ja
Besonderheiten: auch als NEF-Thumbnailer für Nikon RAWs verfügbar
Android-Version: ab 2.2
Preis: 2,99 Euro

DSLR DASHBOARD



Mit dem DSLR Dashboard können Sie Nikon DSLRs und andere Kameras, die das Picture Transfer Protocol unterstützen, mit dem Smartphone fernsteuern. Voraussetzung: Sie verbinden Kamera und Smartphone mit einem USB OTG-Kabel. Anschließend können

Sie Kameraeinstellungen beim Fotografieren vornehmen und auslösen – und die Bilder auf Wunsch sogar direkt auf dem Smartphone speichern. Auch RAW-Bilder.
Hersteller: Zoltan Hubai
Demoversion verfügbar: -
Besonderheiten: Macht das Smartphone auf Wunsch zum Live-View-Monitor der Kamera.
Android-Version: ab 4.0
Preis: kostenlos

PHOTO MATE R2



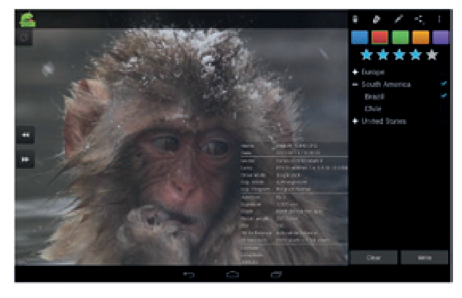
Photo Mate ist ein vollwertiges Bildbearbeitungsprogramm, mit dem Sie alle gängigen Optimierungen wie Rauschreduzierung, Nachschärfen und Belichtung direkt am Smartphone durchführen können. Selbst Objektivverzerrungen können korrigiert werden. Nebenbei unterstützt Photo Mate die RAW-Dekodierung aller gängiger Rohdatenformate in voller Auflösung. Die Fotos lassen sich direkt von der Kamera importieren und auf dem Smartphone taggen und katalogisieren.
Hersteller: TS Systems
Demoversion verfügbar: nein
Besonderheiten: Der komplette digitale Workflow (importieren, bearbeiten, verwalten, exportieren) kann mit der App erledigt werden.
Android-Version: ab 4.0
Preis: 8,48 Euro

RAW DECODER



Der RAW Decoder kommt mit allen gängigen Rohdatenformaten zurecht und konvertiert diese wahlweise in das JPEG- oder TIFF-Format. Bearbeitungs- und Verwaltungsfunktionen bietet der RAW Decoder nicht. Hier verweist der Hersteller auf seine (deutlich teurere) App Photo Mate R2. Für die flüssige Nutzung der App werden mindestens 1 GB RAM empfohlen.
Hersteller: TS Systems
Demoversion verfügbar: ja
Besonderheiten: Die Bilder werden in der Preview in halber Auflösung dargestellt. Dekodiert wird jedoch in der vollen Auflösung.
Android-Version: ab 2.2
Preis: 1,31 Euro

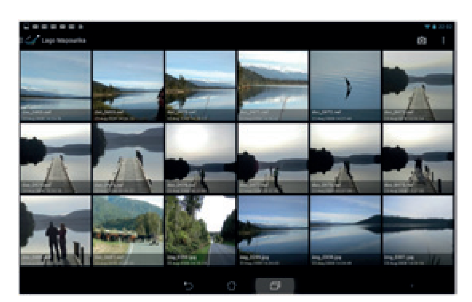
RAWDROID



Wer auf der Suche ist nach einer App, mit der sich stapelweise RAW-Fotos importieren, verwalten, konvertieren und wieder exportieren lassen, ist bei RawDroid genau richtig. Das Programm unterstützt Sie beim kompletten digitalen Workflow nach der Aufnahme Ihrer

Fotos. Auf Bearbeitungsfunktionen müssen Sie jedoch leider verzichten. Dank der kostenlosen Demo können Sie das Programm ausgiebig testen.
Hersteller: ReketScientist
Demoversion verfügbar: ja
Besonderheiten: Lizenzabfrage funktioniert laut Anwendern bei Nutzung im Ausland nicht.
In diesem Fall wird bei der Konvertierung ein Wasserzeichen eingeblendet – wie bei der Demoversion.
Android-Version: ab 2.33
Preis: 3,77 Euro

RAWPAL GALLERY



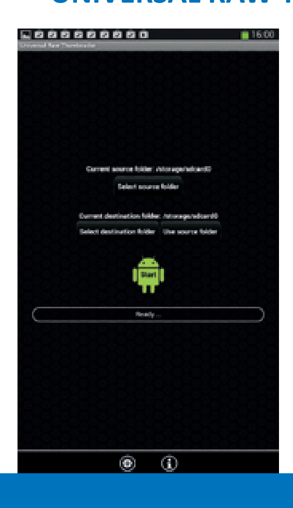
Mit der App Rawpal Gallery können Sie RAW-Fotos von Ihrer Systemkamera oder DSLR importieren. Unterstützt werden alle gängigen Rohdatenformate. Nach dem Import können Sie sich in der Galerie JPG-Vorschaubilder der Aufnahmen anschauen. Eine Konvertierung ist jedoch nicht möglich. Dafür können Sie aus der App heraus die Bilder in jedem beliebigen freigegebenen Netzwerkordner via LAN oder WLAN abspeichern.
Hersteller: RawPal
Demoversion verfügbar: ja
Besonderheiten: Kostenlose Version „Lite“ bietet ebenfalls alle Funktionen – blendet allerdings Werbeanzeigen ein
Android-Version: ab 3.1
Preis: 4,22 Euro

RAWVISION



Auch wenn der Name etwas anderes vermuten lässt, eignet sich RAWVision nicht nur für RAW-, sondern auch für JPEG-Fotos. RAW-Bilder können mit der App lediglich kontrolliert und verwaltet, nicht aber bearbeitet und konvertiert werden. Optimieren können Sie lediglich JPEG-Aufnahmen. Hierfür stehen Ihnen alle gängigen Korrekturwerkzeuge zur Verfügung. Wer eine Allround-Lösung für RAW-Bilder sucht, ist hier jedoch falsch.
Hersteller: caketuzz
Demoversion verfügbar: ja
Besonderheiten: Der Hersteller empfiehlt, zuerst die Demo-Version auszuprobieren, um die Kompatibilität zu testen.
Android-Version: ab 2.2
Preis: 4 Euro

UNIVERSAL RAW THUMBNAILER



Der Universal RAW Thumbnailer erstellt JPEG-Previews Ihrer Rohdatenbilder und speichert diese in einem Ordner Ihrer Wahl ab. Unterstützt werden dabei alle gängigen Formate. Im Gegensatz zu Apps wie dem RAW-Decoder werden die

Dateien nicht konvertiert, sondern lediglich die JPEG-Bildinformationen ausgelesen. Damit dient der Universal RAW Thumbnailer ausschließlich der Kontrolle, ob die aufgenommenen Bilder gelungen sind oder direkt gelöscht werden können.
Hersteller: barmelej
Demoversion verfügbar: -
Besonderheiten: keine Preview-Parameter einstellbar
Android-Version: ab 2.1
Preis: kostenlos

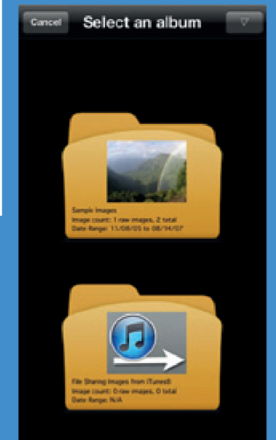
FÜR DAS IPHONE:

PHOTORAW



Die App PhotoRaw ist eine gute Investition, wenn Sie RAW-Bilder auf dem iPhone importieren, bearbeiten und anschließend konvertieren möchten. Die kostenlose Lite-Version bietet keinen Batch-Import und kann zudem keine Bilder konvertieren. Trotzdem lohnt es sich, zunächst diese Version zu installieren und zu testen, denn der Import von Bildern kann je nach Größe über zwei Minuten dauern. Machen Sie deshalb selbst den Test, ob Ihnen diese App in der Praxis von Nutzen sein kann.
Hersteller: Alexander McGuffog
Demoversion verfügbar: ja
Besonderheiten: alle aktuellen Rohdatenformate werden unterstützt
iOS-Version: ab 5.1.1
Preis: 8,99 Euro

PIRAWNH FOR IPHONE



Allzu viel Auswahl haben iPhone-Nutzer nicht, wenn sie auf ihrem Smartphone RAW-Dateien öffnen, bearbeiten und anschließend ins JPEG-Format konvertieren und speichern oder verschicken wollen. Die App piRAWnha for iPhone war eine der ersten, die das möglich machten. Inzwischen sind die Kinderkrankheiten weitestgehend behoben und die Lösung arbeitet stabil und zuverlässig. Positiv: Bei der Konvertierung stehen Ihnen viele Einstellmöglichkeiten zur Verfügung.
Hersteller: Cypress Innovations
Demoversion verfügbar: nein
Besonderheiten: alle aktuellen Rohdatenformate werden unterstützt
iOS-Version: ab 5.0
Preis: 4,49 Euro

NOKIA KOMMT GANZ GROSS RAUS... – DAS LUMIA 1520

Nun bereichert Nokia den Markt mit einen Phablet. Und wenn schon, dann richtig groß. Es ist mit seinem 6-Zoll-Bildschim auch eines der größten Smartphones überhaupt. Mit dieser Größe ergeben sich jedoch auch einige Probleme.

von Manou Wahl

Mit dem Lumia 1520 hat Nokia ein Phablet auf den Markt gebracht. Genau in der Mitte zwischen den Größen von Smartphones und Tablets befindet sich diese Gerätekategorie, bei der die exakte Zuordnung manchmal schwerfällt.

Denn nur wenige Zentimeter Bildschirmdiagonale trennen die Geräte noch voneinander. Das Lumia 1520 ist so groß, dass die Einhand-Bedienung flachfällt. Beim Fotografieren erweist sich diese Größe problematisch, auch längere Gespräche sind kein Vergnügen, wobei auch das Gewicht des Phablet zu Buche schlägt. Dafür ist die Größe ein unschlagbarer Vorteil für jeden Mail-Junkie, denn das Tippen geht umso leichter. Freude macht, wie bei den



anderen Nokia Phones auch, die Leistung des Lumia 1520, auch hier wurde ein Prozessor Qualcomm Snapdragon 800 mit vier Rechenkernen und 2,3 GHz Taktfrequenz verbaut. 2 Gigabyte Arbeitsspeicher, über 25 GB verfügbarer Flash-Speicher und ein zusätzlicher Steckplatz für eine Micro-SD-Karte runden das Highspeed-Gerät ab. LTE wird unterstützt, NFC ist ebenfalls integriert.

DAS DISPLAY

Das 6 Zoll große Display ist etwas größer als das des Galaxy Note 3. Die Darstellung erfolgt in Full-HD. Ein wichtiges Kriterium neben der Schärfe ist die Blickwinkelabhängigkeit. Durch die Nutzung eines IPS-LCDs schneidet das Lumia hier gut ab, nur Kontrast und Helligkeit lassen beim Neigen ein wenig nach. Unter heller Sonneneinstrahlung ist das Ablesen von Informationen erschwert. Die hochwertige Anzeige ist größer als bei den anderen Windows Phones, so lassen sich die Kacheln auch richtig in Szene setzen. Konnten auf den bisherigen Displays nur zwei der mittelgroßen WP-Kacheln nebeneinander dargestellt werden, so gibt's hier eine dritte Reihe. Von den kleinen Kacheln passen sogar sechs nebeneinander. So ändert sich das Erscheinungsbild deutlich und der User kann sein Lumia 1520 besser seinen Vorstellungen anpassen.

AUSGESTATTET MIT NOKIA BLACK

Nokia hat Lumia 1520 mit dem Microsoft-Betriebssystem Windows Phone 8 in der aktuellen Version Nokia Black ausgestattet. Nokia Black bringt zum Beispiel für Nokia-WP-8-Smartphones ab 1 Gigabyte Arbeitsspeicher viele Verbesserungen rund um die Kamera und der Fotopräsentation. Das Update schafft endlich auch die Möglichkeit, Apps in Ordnern zu sortieren und diese auf dem Homescreen zu arrangieren.
Ebenfalls neu ist die Option, per Bluetooth mit Fitness-Gadgets zu kommunizieren. Zudem sind die Einstellmöglichkeiten zur Anzeige wichtiger Infos bereits auf dem Sperrbildschirm erweitert worden.

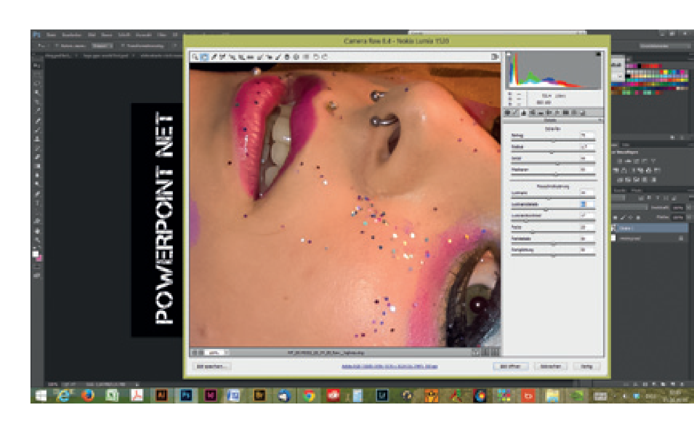
DIE KAMERA

Auch die Kamera des Nokia Lumia 1520 ist mit PureView Technik ausgerüstet. Dabei handelt es sich um eine Reihe von Bildverbesserungstechnologien; beispielsweise den optischen Bildstabilisator. Die Fotos werden automatisch in einer 16- und einer 5-Megapixel Version gespeichert.
Wie das Lumia 1020 können auch bei dem Phablet Fotos im RAW-Format (siehe Seite 64) aufgezeichnet werden. Dieses DNG-Format hat viele Vorteile, so können die Fotos komplett in Schärfe, Belichtungszeit, Kontrast, Tiefen und Lichter, Sättigung etc. neu bearbeitet werden.
Allerdings stand diese Funktion nicht automatisch zur Verfügung, erst nach Suche und Aktualisierung der Nokia Kamera App im Windows Store konnte sie dann getestet werden. Einen Hinweis oder Tipp diesbezüglich gab es von den Pressesprechern von Nokia. Genauso wie beim kleinen Bruder, dem Lumia 1020, stehen hier sehr viele Kamera-Apps zur Verfügung. Man verliert leicht den Überblick!
Das Fotografieren war dann noch ein Abenteuer für sich: Wie schon erwähnt, ist das Lumia 1520 unhandlich, das Gewicht und

die Größe halten den Fotografen in Schach, umso schneller gibt es dann Turbulenzen durch den Touchscreen, wenn man um Kameraeinstellung und schöne Fotos bemüht ist.

Hier einige Beispiele, die für die beachtliche Leistung der Kamera des Lumia 1520 sprechen.

Auch das Phablet war beim Fashion Shooting dabei, in der 100%-Vergrößerung des RAW-Konverters (Adobe Camera Raw 8.3) zeigt das Bild ähnlich wie beim Lumia 1020 eine Detailvielfalt, die weit über das Übliche hinausgeht.



Der RAW-Konverter in 100 % Vergrößerung, brillante Schärfe und ein ausgezeichnetes Farbmanagement zeichnen die Kamera des Lumia 1520 aus. Das Foto in seiner Gesamtheit, eine unglaubliche Leistung für eine Phablet Kamera.



Auch künstlerische SW Fotos in Form von ART Fotos lassen sich perfekt mit dem Lumia 1520 umsetzen.

FAZIT

Ein hervorragendes Tablet für Gigantisten mit einer Top-Kamera mit 20 MP, hoher Prozessorleistung, reichlich Speicher (25 GB) und einer starken drahtlosen Datenübertragung. Der Akku ist leistungsstark und schafft den ganzen Tag ohne Probleme bei Dauerbenutzung. Der Sound ist super und überzeugt mit guter Klangqualität. Weniger angenehm sind die Größe und Gewicht des Lumia 1520. Es wird unhandlich. Der Akku ist fest eingebaut, das ist ein Manko genauso wie die Nano-SIM-Karte. Dennoch ein Highlight für den, der auf Größe steht.



GLEICHER NAME, BESSERES GERÄT

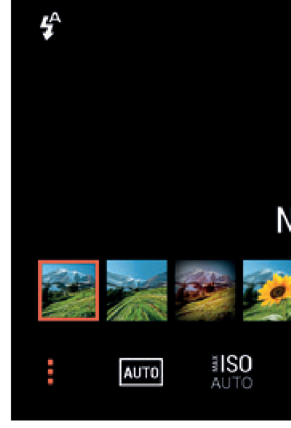
HTC hat sein Erfolgsmodell One in einer neuen Version auf den Markt gebracht. Vor allem die Kamera überzeugt wieder durch ausgefeilte Funktionen. Und auch für andere Bereiche hat sich HTC einiges einfallen lassen.

von Timo Stoppacher

Der Nachfolger des HTC One heißt HTC One, was zunächst für Verwirrung sorgt. Deshalb wird der Gerätebezeichnung noch in ganz klein und in Klammern ein M8 hinzugefügt. Das Vorjahresmodell, das wir in der letzten Ausgabe von SMART PHOTO DIGEST vorgestellt haben, firmiert jetzt als M7. Das HTC One wurde in vielen Punkten an andere aktuelle Topmodelle angepasst. Das Display hat jetzt standesgemäße 5 Zoll bei gleichbleibender Full-HD-Auflösung. Dadurch ist das Gerät auch wenige Millimeter in Länge und Breite gewachsen. Durch abgerundete Ecken wirkt es weniger klobig als das M7 und liegt angenehmer in der Hand. Das Oberflächenmaterial wurde ebenfalls geändert. Nun ist gebürstetes Aluminium das Material der Wahl. Fingerabdrücke sind kaum noch sichtbar –im Gegensatz zur



Über das spezielle Cover sind weitere Informationen abrufbar.



Vor und nach der Aufnahme: Das HTC One bietet viele Effekte zur Bildbearbeitung.

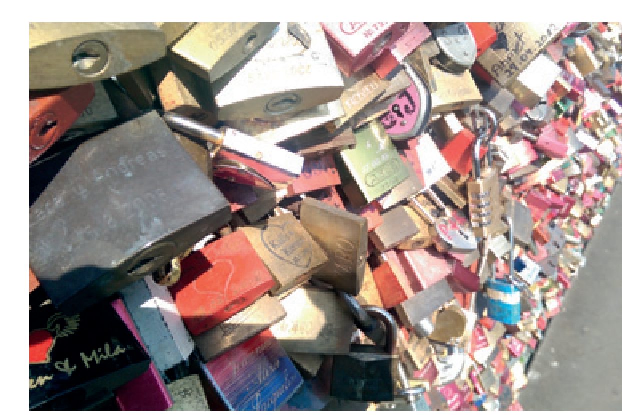
vorherigen Version. Die Farbbezeichnung ist Gunmetal Gray. Weiterhin ist ein weißes (Glacial Silver) und später ein goldenes (Amber Gold) Modell verfügbar.

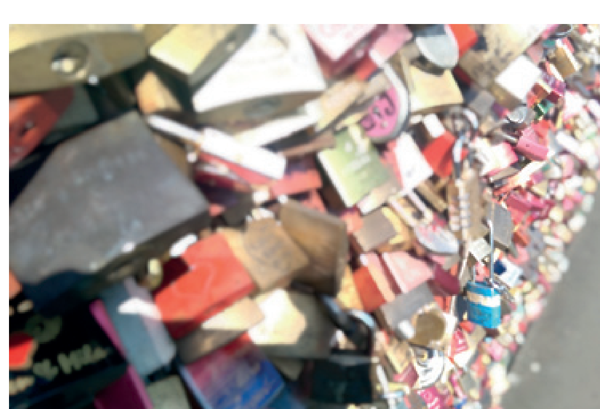
Auch die Prozessorleistung und die Akkukapazität hat HTC gesteigert. Die neueste Android-Version 4.4 sorgt gemeinsam mit der neuen Version der HTC Sense-Oberfläche für eine intuitive Bedienung. Wer es lieber ohne HTC Sense mag, kann demnächst im Play Store von Google eine Version mit einem reinen Android bestellen.

Mit der zunehmenden Größe steigt auch das Gewicht wieder leicht an. Mit 160 Gramm bringt das M8 gut 20 Gramm mehr auf die Waage als das M7. Auch das Schutzcover Dot View, das als Zubehör erhältlich ist und auch im zugeklappten Zustand nützliche Infos liefert, bringt weitere 30 Gramm auf die Waage. Das Gesamtpaket ist somit knapp 200 Gramm schwer. Die Zeiten, in denen Handys immer leichter wurden, sind anscheinend vorbei.

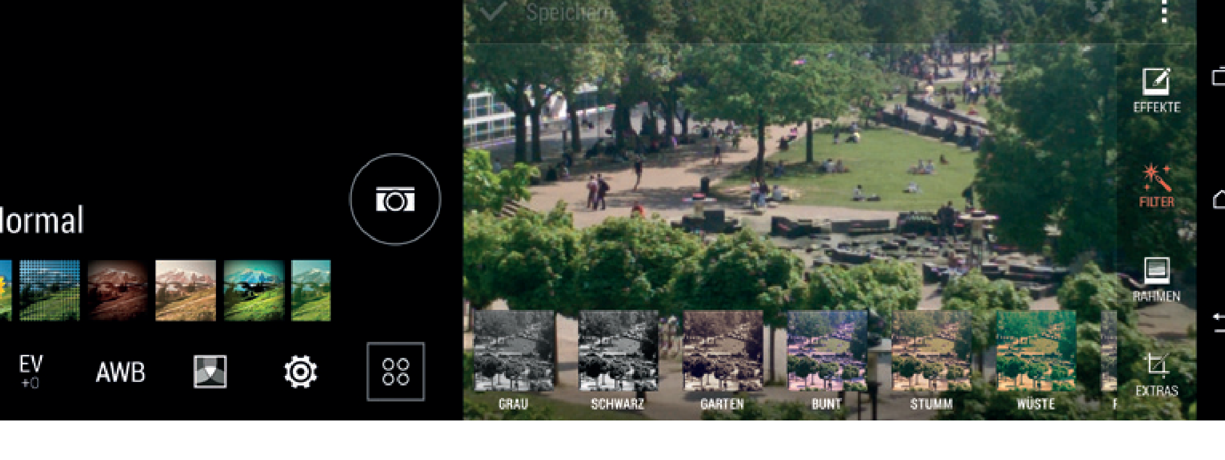
DIE KAMERAS ÜBERZEUGEN

Kommen wir zum wichtigsten Aspekt: den Kameras. Denn davon hat das HTC One gleich drei. Fangen wir vorne an: Die 5 Megapixel-Frontkamera mit Weitwinkel ist ideal für Selfies, eine so hohe Auflösung gibt es bislang am Markt noch nicht. Die Kamera-Software im HTC One erlaubt





Während der Fokus bei der Originalaufnahme oben in der linken Hälfte liegt, wurde er auf dem unteren Bild nachträglich in die rechte gelegt.



auch Fotos, bei denen gleichzeitig ein Bild über die Front- und über die Rückkamera aufgenommen wird. Das haben wir aber schon woanders gesehen. Sehr praktisch für Selfies ist der Countdown, der erst nach drei Sekunden auslöst. So bleibt genug Zeit, den Gesichtsausdruck nochmal zu prüfen. Eine Funktion in der Bildbearbeitung kann dann auch das aufgenommene Bild des Fotografen in die Aufnahme der Rückkamera hineinmontieren.

Auf der Rückseite hat das HTC One zwei Kameraobjektive, hinter dem oberen versteckt sich ein Tiefensensor, der die genauen Tiefen einer Szene ermittelt und verschiedene Effekte ermöglicht. Da diese Informationen in der Bilddatei mitgespeichert werden, kann man nachträglich zum Beispiel die Fokussierung des Fotos ändern. Unsere Beispielbilder auf der linken Seite zeigen es. Beim Betrachten der Bilder auf dem Gerät sind damit sogar 3D-Effekte möglich.

Ein schneller Autofokus sorgt für scharfe Bilder, lediglich bei lichtschwachen Motiven schwächelt das HTC One ein wenig. Wie auch das M7 hat das M8 umfangreiche Einstellungsmöglichkeiten und Effekte zur Bildbearbeitung. Für Filme gibt es einen Zeitlupenmodus, mit dem Videos mit Full-HD in Zeitlupe aufgenommen und anschließend bearbeitet werden können.

Inbesondere für Vielfotografierer, Filmer und für alle, die viele Songs dabei haben wollen, ist ein weiteres Detail des HTC One von Vorteil: Ein Slot für Micro-SD- und micro-SDHC-Speicherkarten, mit der die regulären 32 Gigabyte Speicher erweitert werden können. Der Akku bleibt aber weiter fest installiert und kann nicht ausgetauscht werden. Ein neuer Energiesparmodus soll für eine möglichst lange Lebensdauer sorgen.

FAZIT

Ein sehr gutes Modell wurde nochmal verbessert. Das kann man erwarten, doch hier wurden die Erwartungen noch übertroffen. Das neue HTC One braucht sich vor keinem Gerät in der Oberklasse zu verstecken. Noch ein Hinweis: Für das neue HTC One benötigen Sie eine Nano-SIM-Karte!

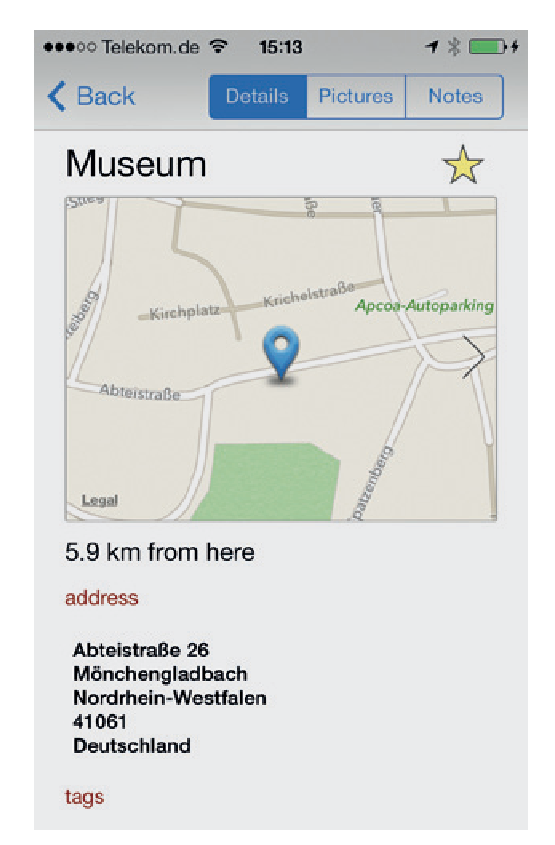
Das HTC One M8 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 679 Euro. Im Internet ist es derzeit für ca. 630 Euro erhältlich.

DAS SMARTPHONE ALS „LOCATIONSSCOUT“

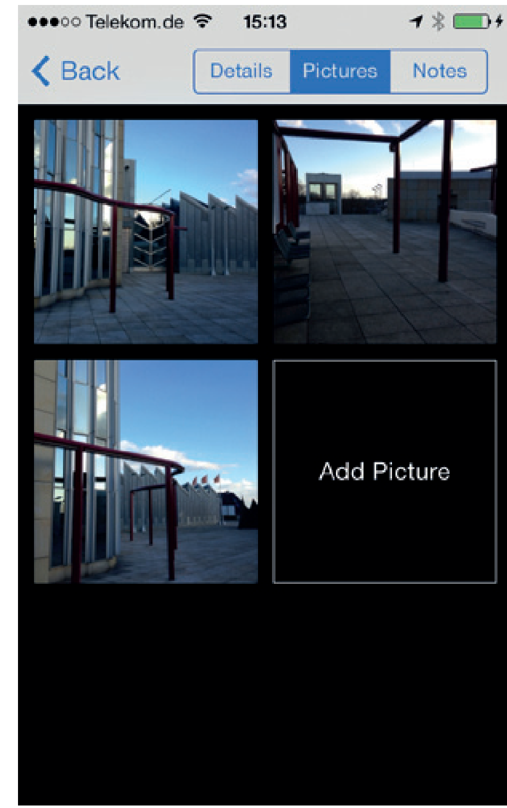
Wer gerne und oft „on Location“ fotografiert oder als Landschaftsfotograf tätig ist, wird immer auf der Suche nach interessanten Orten für Shootings Ausschau halten. Wie oft kommt es aber vor, dass man ohne Kamera unterwegs ist und eine interessante Location sieht, die ideal für ein Shooting z.B. mit einem Model wäre. Obwohl man sich dann fest vornimmt, sich den Ort zu merken, ist nach kurzer Zeit wieder alles vergessen. Schade. Doch dies muss nicht sein: Die App „Map-A-Pic“ hilft dabei, eine gefundene Location sofort auf dem Smartphone zu archivieren und somit dauerhaft in Erinnerung zu behalten oder mit anderen Fotografen und Models zu teilen.

von Ralf Schellen

Obwohl die App „Map-A-Pic“ in Englisch ist, kann eine Nutzung ohne tiefe Englischkenntnisse erfolgen. Nach Aufruf der App wird als Erstes eine „new Location“ angelegt. Diese wird mit einem Namen versehen, z.B. „Museum“. Gleichzeitig wird auf einer Karte der aktuelle Standort angezeigt. Über ein Kamerasymbol wechselt man in den Aufnahmebereich, und es lassen sich nun Fotos von der Umgebung machen und abspeichern. Jetzt wird noch mit „Save“ bestätigt und schon steht der neue Eintrag unter „My Locations“ zur Verfügung. Dort stehen alle abgespeicherten Einträge in einer Liste zur Auswahl. Durch



Übersicht der Location in der Kartenansicht



Aufnahmen der Location

Antippen eines Eintrags wird in eine Detailsicht gewechselt (siehe Bild oben links), in der neben einem Kartenausschnitt und der vom Tool automatisch zugefügten Adresse auch die GPS-Koordinaten angezeigt werden. Über den Kartenausschnitt besteht die Möglichkeit in eine Übersichtskarte zu wechseln, von der auch eine Anfahrtsbeschreibung aufgerufen werden kann. Natürlich lassen sich ebenfalls die beigefügten Bilder anzeigen (siehe Foto oben rechts) und Kommentare zum Eintrag eingeben.
Vorbildlich ist die E-Mail-Funktion, die eine E-Mail mit allen wichtigen Informationen zusammenpackt inklusive der Bilder und einem Link für Google-Maps.
Damit kann die gefundene Location an weitere Personen weitergeben, zum Beispiel an Fotografen zum Austausch oder an ein Model als Anfahrtsbeschreibung. Ein direkter Import aller Daten einer empfangenen Mail in Map-A-Pic ist ebenfalls möglich und vereinfacht die Weitergabe immens.
Eine zusätzliche Funktion ist die Anzeige der Zeit für Sonnenauf- und Untergang. Dies ist zwar ganz nett, geht aber mit einer weiteren App wesentlich umfangreicher: „Sun Seeker“ stellen wir Ihnen auf der nächsten Seite vor.

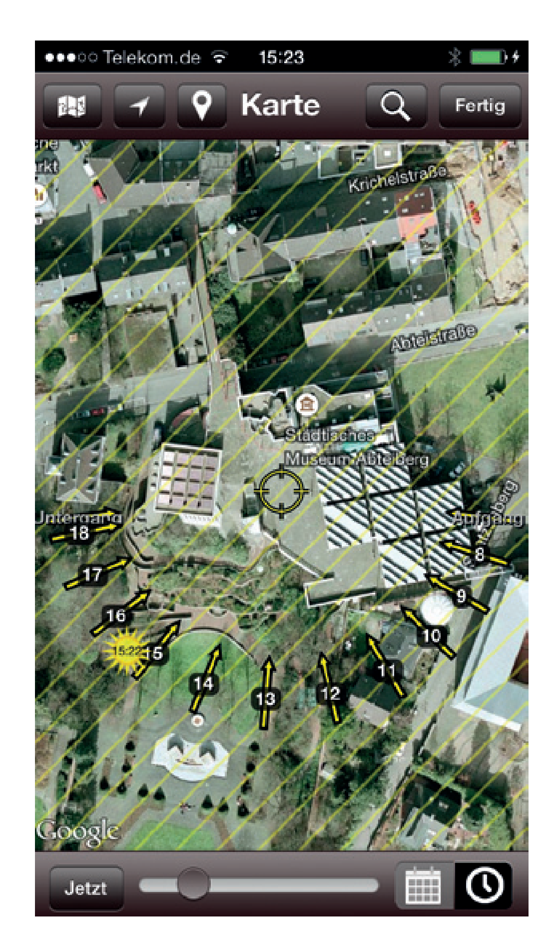
MIT DEM SMARTPHONE AUF DER SUCHE NACH DER SONNE

Ist erst einmal die richtige Location gefunden, kann die Planung eines Shootings erfolgen. Eine wesentliche Rolle spielen dabei die Lichtverhältnisse: Wie fällt die Sonne ein? Wann liegt die ausgewählte Stelle im Schatten? Wann ist Sonnenuntergang?

Um alle Fragen rund um die Lichtbedingungen zu beantworten, kann auf die App „SunSeeker“ zurück gegriffen werden.

Die App hat mehrere Funktionen (2D- und 3D-Ansicht des Sonnenverlaufs, Details sowie eine Kartenansicht), wobei aus fotografischer insbesondere die Kartenansicht interessant ist (siehe Bild 3). In der Kartenansicht wird der Sonnenverlauf und die Richtung der Sonnenstrahlen stundenweise in Form von Pfeilen in einer Satellitenkarte und/oder einem Stadtplan dargestellt. In diese Karte lässt sich hineinzoomen, sodass eine genaue Analyse der Lichtbedingungen möglich ist. Natürlich lassen sich beliebige Adressen eingeben wie etwa die von „Map-A-Pic“ gemerkten Locations. Eine Simulation des Lichteinfalls lässt sich sowohl für beliebige Tage als auch Tageszeiten vornehmen. Somit ist es möglich, die beste Zeit für ein Shooting zu bestimmen und zu vermeiden, dass die ausgewählte Stelle im Schatten liegt.

In den hier gezeigten Beispielbildern (S. 95 und diese) vom Museum in Mönchengladbach, lässt sich sehr schön ablesen, dass die Museumsterrasse (S. 95 rechts) von ca. 12:30 bis zum Sonnenuntergang gegen 18:30 Uhr in der Sonne liegt (Foto oben). Bleibt nur noch zu hoffen, dass am Shooting-Tag dann wirklich schönes Wetter ist.



Kartenansicht mit Sonneneinfall um 15:22

Allgemeine Informationen

Beide Apps sind in einer kostenlosen „light“ Version mit eingeschränktem Umfang erhältlich. Es wird sowohl iOS als auch Android untersützt.

http://mapapic.com

http://www.ozpda.com

Ralf Schellen, Beauty- und Fashion-Fotograf mit Studio in Krefeld, www.people-and-more.de



DIE „AUSLÖSEFALLE“

„Peng“ – mit diesem Geräusch können Sie mittels Smartphone ihre Spiegelreflexkamera auslösen. Dazu benötigen Sie lediglich die App „Triggertrap“, die sowohl für iOS als auch für Android verfügbar ist, und ein spezielles Verbindungskabel zwischen dem Kopfhörerausgang des Smartphones und der Kamera.
Doch die App kann noch viel mehr und setzt zahlreiche weitere Funktionen des Smartphones wie etwa Shock und Vibration, GPS sowie Bilderkennung zum „Triggern“ Ihrer Kamera ein. Bis auf einige Ausnahmen lässt sich damit ebenfalls auch die interne „Handykamera“ steuern. Welche Funktionen Ihnen im Einzelnen zur Verfügung stehen und wie Sie diese kreativ nutzen können, wird in diesem Workshop gezeigt.

von Ralf Schellen

TRIGGERTRAP ALS KABELAUSLÖSER

Die erste Gruppe von Auslösungsarten („Kabel-Auslöse-Modi“) bezieht sich in erster Linie auf die Bedienung von externen Kameras. Hier wird das Smartphone als klassischer Kabelauslöser genutzt. Mit der Funktion „Kabelauslöser“ geben Sie einen Auslöseimpuls zur Kamera. Die Kamera macht dann das Bild mit den an der Kamera vorgenommenen Belichtungseinstellungen.



Externe Kameras werden über ein „Triggertrap-Kabel“ verbunden. Weitere mobile Devices können über WLAN verbunden werden (siehe Tipp 1)

„Drücken und Halten“ sowie „Drücken und Sperren“ sind weitergehende Varianten, die Sie für eine Langzeitbelichtung einsetzen können wie etwa zum Fotografieren eines Feuerwerks. Dabei stellen Sie Ihre Kamera auf den „B = Bulb-Modus“. Bei „Drücken und Halten“ berühren Sie den simulierten Auslöseknopf der App auf dem Display des Smartphones und halten diesen gedrückt. Der Verschluss der Kamera öffnet sich daraufhin und bleibt so lange offen, bis Sie den Auslöseknopf wieder loslassen. „Drücken und Sperren“ öffnet beim ersten Berühren bis zum weiteren Berühren des Auslösebuttons der App den Kameraverschluss. Um eine genaue Belichtungsdauer festzulegen, nutzen Sie die Funktion „Zeitlicher Auslöser“ und legen so die Belichtungszeit in Stunden, Minuten, Sekunden (bis 100stel Sekunden) fest.

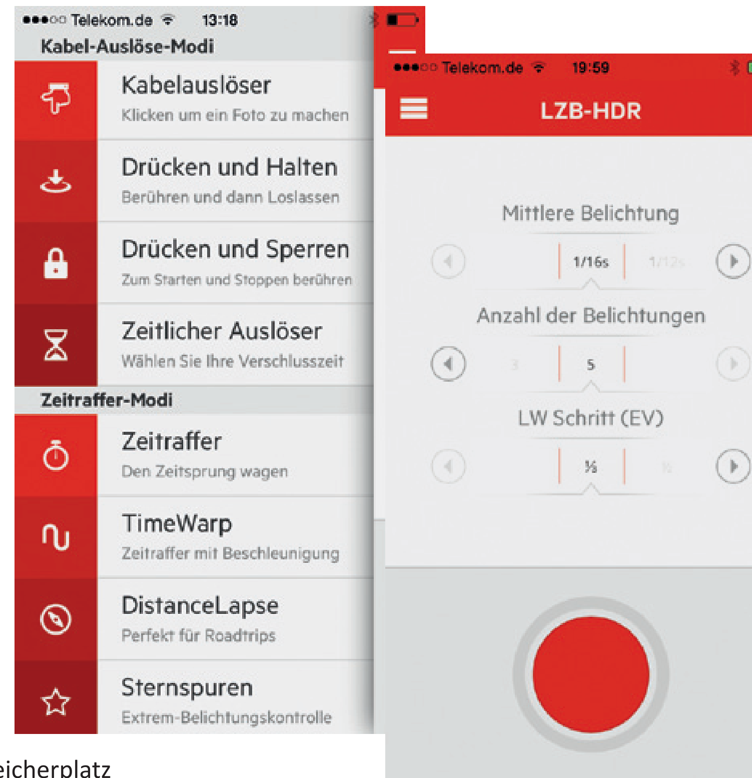
TIPP 1

Haben Sie zwei mobile Geräte (z.B. ein iPad und ein iPhone) im gleichen WLAN können Sie diese über „Triggertrap“ koppeln, um so einen kabellosen Fernauslöser zu erzeugen. Dazu verbinden Sie ein Gerät mit der Kamera über das „Triggertrap-Kabel“ und konfigurieren dieses in der App im Untermenü „WLAN-Slave“ als „Slave“. Das zweite Gerät wird im Menü „WLAN-Master“ als „Master“ definiert. Dabei erscheint dann automatisch eine Liste mit den verfügbaren „Slaves“. Jetzt wählen Sie den vorher konfigurierten „Slave“ aus einer automatisch erzeugten Liste aus und schon sind die Geräte über das WLAN gekoppelt. Damit stehen Ihnen jetzt auf dem Master alle Auslösefunktionen zur Verfügung, die dann drahtlos zum Slave übertragen werden und dort die eigentliche Kameraauslösung triggern.

TRIGGERTRAP ALS ZEITRAFFER

Eine der Stärken von Triggertrap sind die Zeitraffer-Modi („Timelapse“). Sie nehmen hier eine Reihe von Bildern auf, die sich hinterher auf dem PC zu einem Video zusammensetzen lassen. Es entsteht so ein Film, der förmlich dahinrast. Geeignete Motive sind etwa der Straßenverkehr, Menschenbewegungen (zum

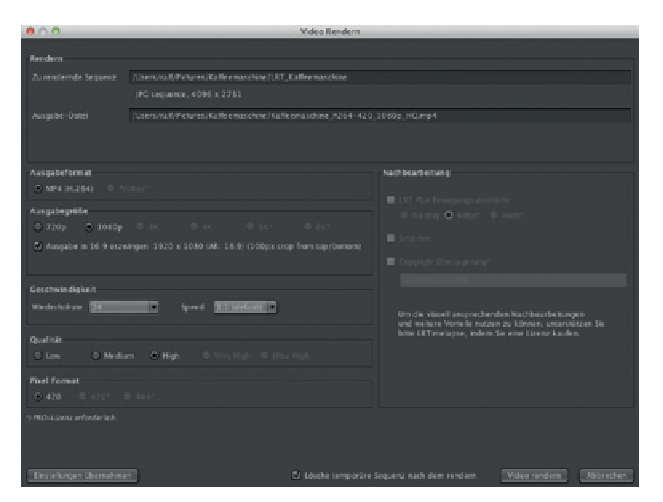
Beispiel Personen, die in ein Stadion gehen), Wolkenformationen oder triviale Vorgänge wie das Befüllen einer Tasse mit Espresso.
Um hier optimale Ergebnisse zu erzielen, ist etwas Vorbereitung nötig. Zunächst müssen Sie die Anzahl der Bilder berechnen. Bei einem Video benötigen Sie mindestens 24 Bilder pro Sekunde; für jede Minute Film ergeben sich somit 60x24=1440 Bilder. Dementsprechend müssen Sie Speicherplatz zur Verfügung haben. Dies gilt insbesondere, wenn Sie die interne Smartphonekamera zur Aufnahme benutzen möchten. Beim Einsatz eines iPhone 5 entstehen Bilder in einer Größe von ca. 2 Megabyte. Das macht bei 1440 Bildern fast 3 Gigabyte Speicherplatz pro Minute Video! Selbstverständlich ist für die Aufnahme der Bilder im Zeitraffermodus ein Stativ erforderlich, sonst würde Ihr Filmergebnis sehr unruhig und nicht schön anzuschauen sein.
Sind die Bilder erst einmal aufgenommen und auf den PC überspielt, erfolgt der Zusammenbau zu einem Film. Dies kann über Software wie Photoshop erfolgen. Einfacher ist jedoch die Variante mit Lightroom und dem Plugin/Tool „LRTimelapse“. Dieses Tool hat eine Vielzahl von Funktionalitäten, die Sie aber am Anfang nicht benötigen. Im einfachsten Fall führen Sie die folgenden Schritte aus:



Bedienoberfläche der App zur Auswahl der Auslöse-Modi.

Typische Oberfläche eines Auslösemodus; hier am Beispiel „HDR“ mit Auslösebutton.

- 1) Bearbeiten der Bilder in Lightroom. Hier sollten Sie ein Bild nach Ihren Vorstellungen bearbeiten und die Einstellung auf alle anderen Bilder synchronisieren, um einen einheitlichen Look sicherzustellen.
- 2) Export der Bilder mittels „LRTimelapse-Plugin“. In diesem Schritt vergeben Sie einen Namen für die Sequenz und bestimmen den Ausgangsordner.
- 3) Mit Ausführung von Schritt 2 wird automatisch das Programm „LRTimelapse“ aus Lightroom heraus gestartet. Es erscheint ein Programmfenster, in dem Sie die Parameter für Ihr Video festlegen können. In Bild 4 finden Sie Standardeinstellungen für eine normale Nutzung, z.B. einer Veröf-



Festlegung der Video-Parameter im Tool „LRTimelapse“ – hier der Freeware-Version mit eingeschränktem Umfang.

fentlichung auf YouTube. Nun drücken Sie nur noch den Button „Video rendern“ und schon wird Ihr Video erstellt.

TIPP 2

Bei der Erstellung von Videos wird das Bildformat 16:9 verwendet. Ihre mit der DSLR aufgenommen Bilder im Format 3:2 werden somit zugeschnitten. Dies sollten Sie direkt bei der Bilderstellung berücksichtigen. Bei neueren Kameramodellen lässt sich bei Nutzung des Live-Views ein 16:9-Ausschnitt festlegen. Alternativ können Sie auch das Display mit Streifen „abkleben“.

Die weiteren Auslösearten in diesem Bereich sind Varianten zur Erzeugung von Bildsequenzen. Eine Variante erlaubt, Bilder in Abhängigkeit einer konfigurierbaren Ortsveränderung aufzunehmen – etwa bei Autofahrten alle 20 Meter. In der Praxis zeigt sich aber, dass das zusammengesetzte Video aufgrund der ständigen Ausschnittsänderung sehr unruhig wird. Hier können Sie entgegenwirken, indem Sie ruhende Punkte in den Bildausschnitt einbeziehen wie etwa den Fensterrahmen eines Autofensters.

TRIGGERTRAP ALS SENSOR

Die App verwendet die speziellen Eigenschaften des Smartphones für weitergehende Auslösungsvarianten. So gibt es einen Geräuschsensor, bei dem eine Auslösung getriggert wird, wenn ein spezieller Geräuschpegel überschritten wird wie etwa ein Händeklatschen oder das Platzen eines Luftballons. Die Geräuschschwelle, ab der ein Signal aufgenommen wird, lässt sich einstellen. Der Vibrationssensor triggert bei Erschütterung und der Motion Sensor nimmt Bewegung wahr. Bei der Gesichtserkennung kann die Anzahl der Gesichter konfiguriert werden. Um hier eine Bilderflut zu vermeiden, macht es allerdings Sinn die App so zu konfigurieren, dass nach einer Auslösung eine Zeitspanne gewartet wird, bevor das nächste Bild aufgenommen wird.

TIPP 3

Für Aufnahmen von sehr schnellen Ereignissen wie etwa das Platzen eines mit Wasser gefüllten Luftballons, ist das Auslösen der Kamera über den Geräuschsensor (Platzen des Ballons) über die normale Mimik zu langsam.

Hier verfolgt „Triggertrap“ einen anderen, sehr viel schnelleren Ansatz: Statt der externen Kamera wird Ihr Smartphone mit einem externen Blitz verbunden und löst diesen aus. Den Blitz betreiben Sie im manuellen Modus und können darüber die Lichtmenge steuern. Um den Blitz mit Ihrer Kamera auf diese Art gesichert „einzufangen“, lösen Sie diese manuell kurz vor dem Ereignis mit einer langen Belichtungszeit von z.B. 5 Sekunden aus. Innerhalb dieser Belichtungszeit müssen Sie dann den Ballon zum Platzen bringen. Damit wird dann über den Geräuschsensor der Blitz getriggert und das Motiv belichtet. Da der Blitz sehr schnell „abbrennt“ kann damit eine sehr kurze Belichtungszeit erreicht werden und Sie erhalten ein regelrecht eingefrorenes Bild vom Platzen des Ballons. Das Ganze funktioniert allerdings nur in einem dunklen Raum, da die Belichtung nur durch den Blitz und nicht durch das Umgebungslicht erfolgen darf. Ebenfalls benötigen Sie dafür ein weiteres spezielles Kabel vom Hersteller.

TRIGGERTRAP ALS HDR

Sollte Ihre Kamera HDR (High Dynamic Range) nicht unterstützen oder auf wenige Belichtungsstufen beschränkt sein, erhalten Sie mit Triggertrap die Möglichkeit dies auszubauen. Sie konfigurieren dabei die mittlere Belichtungszeit, die Anzahl der Aufnahmen und die Größe der Belichtungsstufe zwischen zwei Bildern (siehe Foto „Typische Oberfläche Auslösermodus“ S. 89). Der Zusammenbau der unter diesen Einstellungen erzeugten Bilder zu einem finalen Bild mit hoher Dynamik erfolgt dann wieder in einem externen Programm wie Photoshop.

TIPP 4

Um eine gesicherte und vorhersehbare Auslösung zu gewährleisten ist die Philosophie seitens Tiggertrap, die angeschlossene Kamera mit manuellem Focus zu betreiben – dies ist auch durchaus sinnvoll. Setzt man allerdings die Dauer des Auslöseimpulses in den Einstellungen hoch, bekommt die Kamera normalerweise genügend Zeit, um auch im Autofocus-Betrieb scharfzustellen und dann auszulösen.

FAZIT

Es gibt eigentlich keine Wünsche, welche die App „Triggertrap“ hinsichtlich einer gesteuerten Auslösung von angeschlossenen Kameras offen lässt. Der Einsatz mit der Smartphone-Kamera ist von den Funktionen allerdings eingeschränkt und teilweise fehlt ein Live-View, sodass ein Bildausschnitt vorher festgelegt und dann in die Anwendung gewechselt werden muss. In der Praxis funktionieren einige Dienste (Bewegungssensor und ortsgesteuerte Aufnahmesequenzen) zwar nicht zu 100%, insgesamt kommt man aber insbesondere bei den zeitgesteuerten Diensten zu sehr guten Ergebnissen. Der Funktionsumfang zwischen Android und iOS ist etwas unterschiedlich.

Weiterführende Links:

Homepage: http://triggertrap.com

Einkaufsmöglichkeit des Verbindungskabels:

http://www.enjoyyourcamera.com/

Zeitraffer Plug-In für Lightroom: http://lrtimelapse.com

Zeitraffer Blog: http://gwegner.de

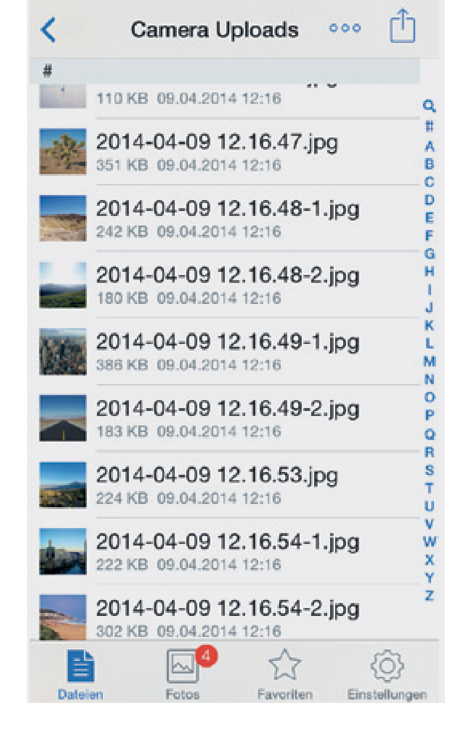
Ralf Schellen arbeitet als Beauty- und Fashion-Fotograf mit Studio in Krefeld.

www.people-and-more.de

TEST: FOTOS IN DER CLOUD SPEICHERN

Es gibt viele Gründe, Fotos vom Smartphone automatisch in der Cloud abzuspeichern. Da ist zum einen die Datensicherheit, zum anderen die Möglichkeit, die Bilder ohne lästigen Synchronisationsprozess auf den Rechner zu überspielen. Mit dem neuen Dienst Carousel greift Dropbox nun Apples Fotostream an – auf allen Plattformen!

von Christian Rentrop

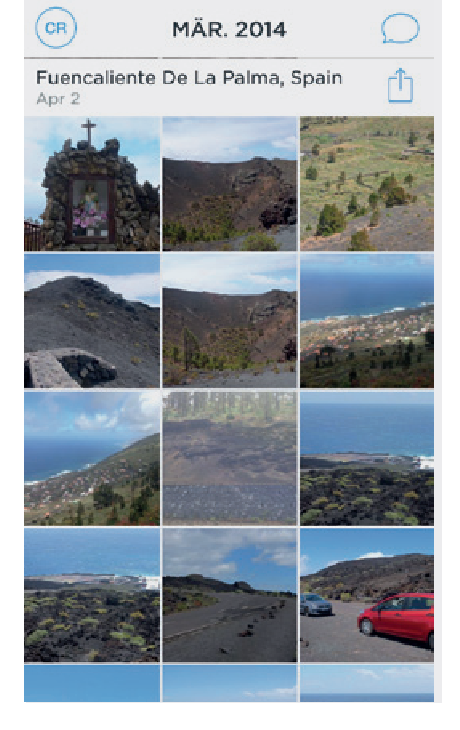


1. Carousel macht Schluss mit der unübersichtlichen Dropbox-Bildansicht,...

Clouddienste sind in vielerlei Hinsicht eine feine Sache für Smartphone-Fotografen: Frische Bilder werden automatisch auf einen Speicher im Internet geladen und von dort aus auf alle Endgeräte synchronisiert. Auf diese Weise entfällt das lästige Synchronisieren auf den PC oder Mac per Kabel. Seit geraumer Zeit konkurrieren zwei Lösungen um die Gunst der Kunden: Dropbox, der Quasi-Standard für die Synchronisation von Dokumenten zwischen mehreren Endgeräten und Apples iCloud-Fotostream, der seit iOS 6 fester Bestandteil von Apples Mobilbetriebssystem ist und trotz ähnlichem Ergebnis auf eine völlig andere Vorgehensweise setzt: Während Dropbox eine Online-Ordnerstruktur ähnlich der auf PC und Mac verwendet, wodurch die Bilder auch in jedem Browser abgerufen und weitergeleitet werden können, nutzt Apple eine Art Stream; ein direkter Zugriff auf die Online-Dateien ist nicht möglich, vielmehr werden die Dateien via iCloud von einem Gerät auf das andere übertragen. Dropbox‘ Lösung ist flexibler – die von Apple aber in jedem Fall einfacher zu handhaben und übersichtlicher. Doch nun hat Dropbox mit der App „Carousel“ nachgelegt.

CAROUSEL AUF BASIS VON LOOM

Carousel ist nicht wirklich neu: Zwischenzeitlich gab es neben Dropbox und Apples Fotostream nämlich noch eine dritte Lösung zum Speichern von Bildern in der Cloud: Der Newcomer Loom vereinte die Vorzüge beider Dienste und versprach, dabei Speicherplatz auf dem Endgerät zu sparen, indem er die Fotos der Smartphone-Kamera in die Cloud



...und (2.) ergänzt diese durch eine ausgesprochen hübsche und übersichtliche App.

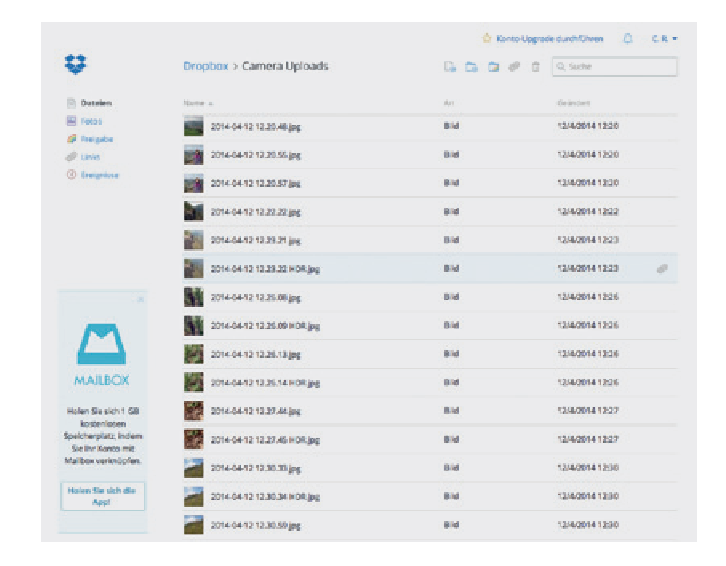
3. Man benötigt keinen zusätzlichen Account, sondern kann direkt das Dropbox-Konto verwenden.

auslagerte. Statt des vollen Bildes blieb auf dem Gerät nur ein Thumbnail, das Bild wurde nur dann heruntergeladen, wenn es wirklich gebraucht wurde. Videos wurden, anders als bei Apple, ebenfalls unterstützt. Doch Loom ist Geschichte: Zeitgleich mit der Einführung von Dropbox' Carousel kündigte Loom an, künftig Bestandteil von Dropbox zu werden, eben in Form von Carousel. Loom selbst wird am 16. Mai eingestellt, die Technik wird eine Ergänzung zu Dropbox' Foto-Upload. Und die hat es in sich.

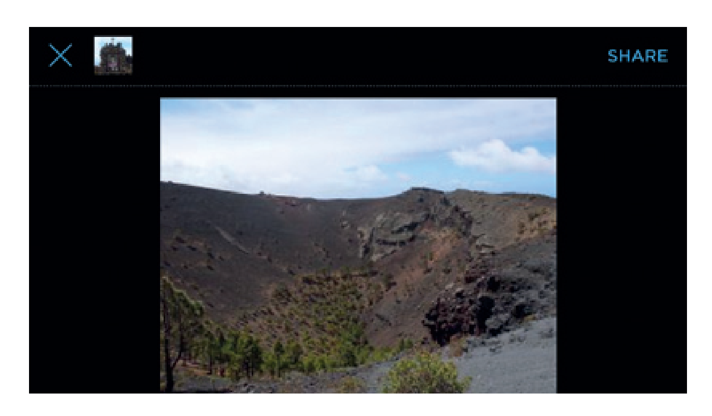
CAROUSEL IM TEST

Auf den ersten Blick macht Carousel einen guten Eindruck: Die App ist sauber programmiert und integriert sich so nahtlos wie unter iOS möglich, ins System. Anders als Apples Fotostream ist sie auch für Android zu haben. Die Anmeldung erfolgt mit den normalen Dropbox-Zugangsdaten. Der Vorteil dieser Lösung ist, dass der volle Dropbox-Speicher auch für den Foto-Upload zur Verfügung stehen kann. Und da die kostenlosen zwei Einstiegs-Gigabyte von Dropbox sich preiswert in großen Schritten oder kostenlos auch in kleinen Schritten durch Erfüllung von kleineren Werbeaufgaben erweitern lassen, ist das natürlich eine feine Angelegenheit für Speicherhungrige.

Dabei funktioniert Carousel weitestgehend identisch wie Loom: Neue Bilder werden automatisch in die Cloud geladen, der Upload erfolgt im Hintergrund. Filter aus der Kamera-App werden ebenfalls übernommen, verschwinden aber auf dem Weg in den Dropbox-Ordner, was jedoch an der Art und Weise liegt,

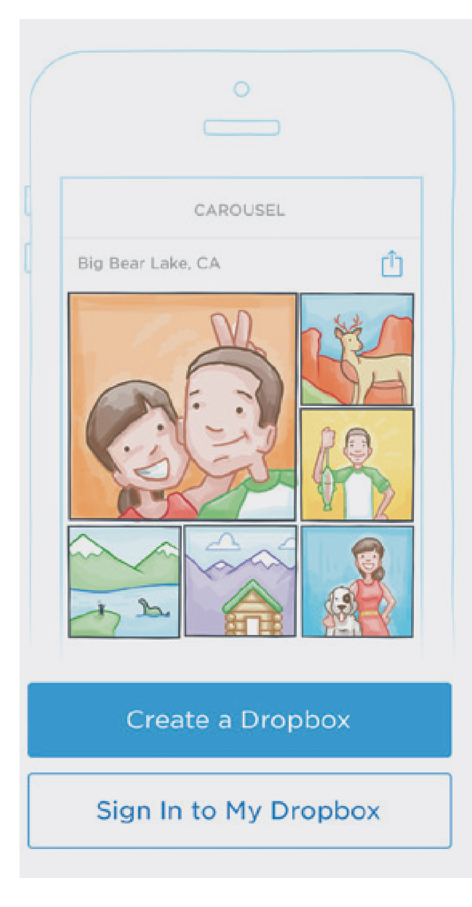


Alle Carousel-Bilder landen in voller Auflösung im Dropbox-Ordner „Camera-Uploads“ und können dort im Browser und an jedem angeschlossenen Rechner verwendet werden. Genau wie alle Dropbox-Inhalte werden sie natürlich automatisch synchron gehalten.



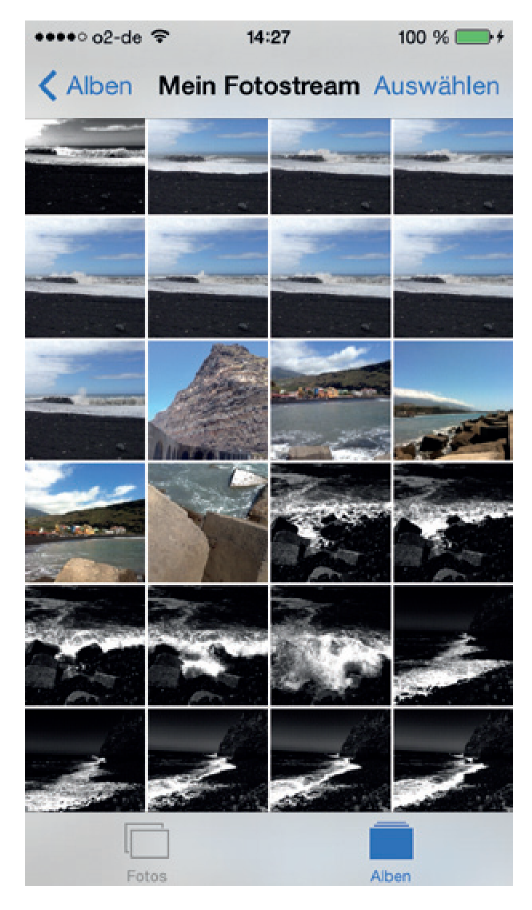
Carousel-Bilder oder ganze Alben lassen sich sowohl Dropbox-intern, als auch über die gängigen sozialen Netze teilen

wie iOS seine Bilder verwaltet. Die Bilder liegen anschließend im Camera-Uploads-Ordner von Dropbox und können dort sowohl mit der Carousel-App, als auch mit der Dropbox-App eingesehen werden. Praktisch ist, dass Carousel genau wie Loom dafür sorgt, dass nicht unnötig viel Speicherplatz verbraucht wird: Die Bilder werden zwar in vollständiger Version in die Cloud geladen, in der Carousel-App verbleibt hingegen nur ein Thumbnail. Auch von Videos existieren nach dem Hochladen nur Thumbnails auf dem Gerät, das Video wird bei Bedarf direkt aus der Cloud gestreamt. Der Vorteil dieser Lösung ist,

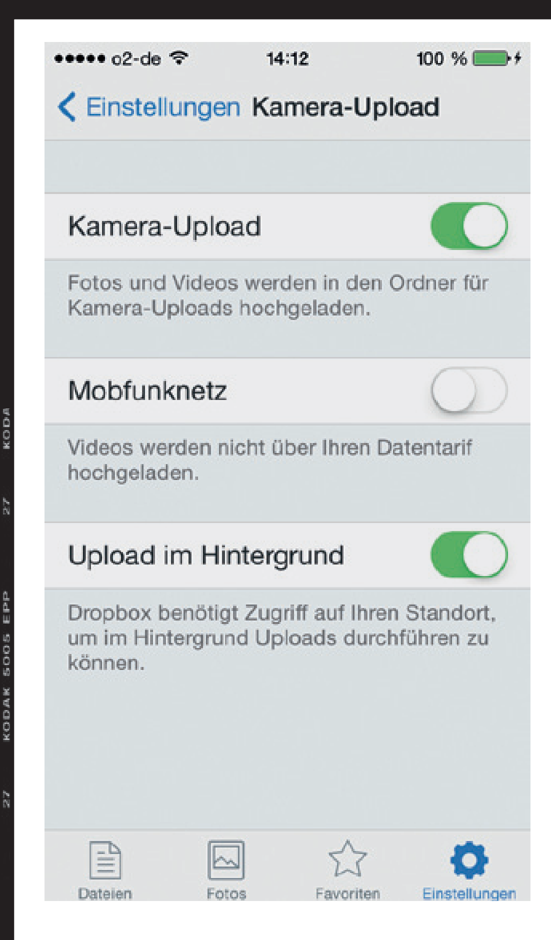


Natürlich kann bei Bedarf auch ein neuer Dropbox-Account erstellt werden

dass Tausende Fotos auf dem Smartphone verfügbar sind, ohne nennenswert Platz einzunehmen – der Nachteil ist, dass diese Technik eine flotte Internetverbindung voraussetzt und sich nur bedingt für volumenbeschränkte UMTS- oder LTE-Verbindungen eignet, da vorhandenes Datenkontingent schnell verbraucht wird. Abgesehen davon lassen sich die Bilder auch nicht in voller Ausführung zurück aufs Gerät spielen, das wird nur über den Umweg über die Dropbox-App möglich.



Neue Bilder eines Apple-Geräts werden automatisch auf alle anderen Apple-Endgeräte kopiert, bis zu 1.000 Bilder sind möglich.

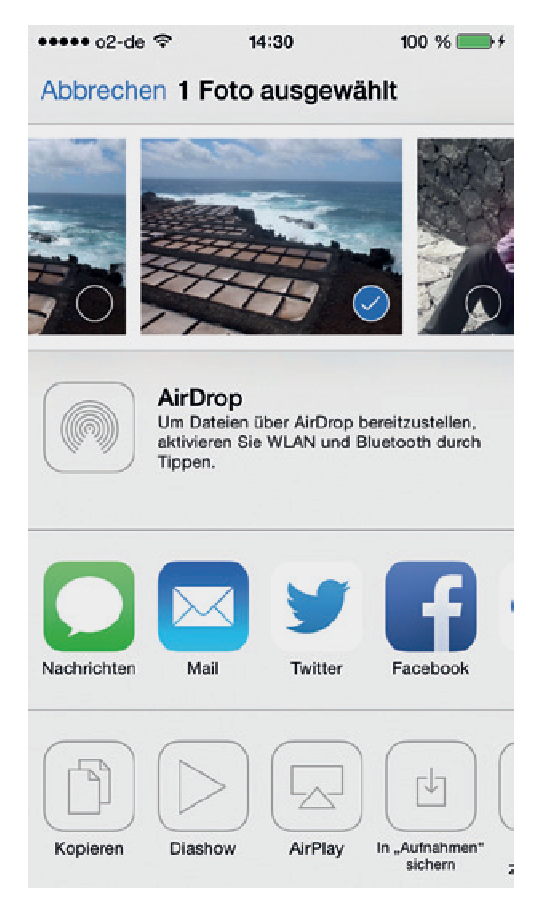


AUTOMATISCHE UPLOAD IN DROPBOX AKTIVIEREN

Übrigens: Sie müssen nicht Carousel nutzen, wenn Sie bereits die Dropbox-App installiert haben. Anders als bei Carousel und Apples Fotostream muss der Foto-Upload in der Dropbox-App jedoch erst aktiviert werden. Anschließend kann auch Dropbox permanent Bilder im Hintergrund hochladen. Um die Funktion zu aktivieren, müssen Sie die Einstellungen der Apps aufrufen und dort unter „Kamera-Upload“ den „Upload im Hintergrund“ aktivieren.

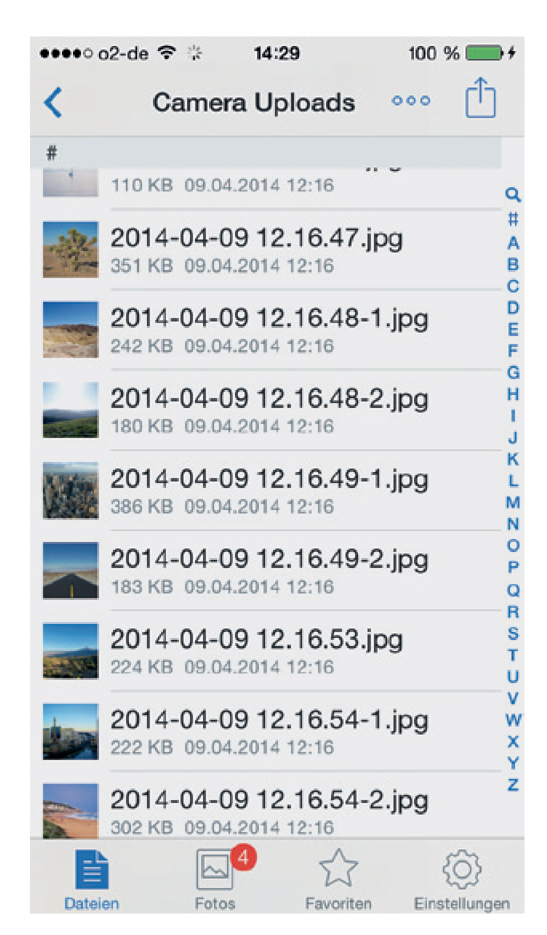


Apple verzichtet darauf, Cloud-Bilder im Browser wiederzugeben.

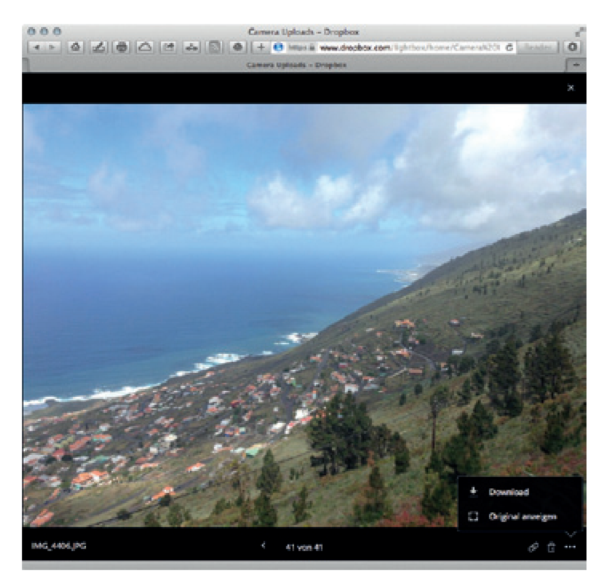


Bilder aus dem Fotostream verhalten sich wie Bilder im Fotospeicher des iPhones und sind nach dem Sync auch offline verfügbar.

Standardmäßig ist der Versand der Bilder über das Mobilfunknetz aber ohnehin deaktiviert. Zudem müssen die Bilder und Videos natürlich auch aus Apples Kamera-Roll und dem Fotostream – der bei Verwendung von Carousel ohnehin deaktiviert werden sollte – entfernt werden, sonst liegen sie natürlich weiterhin auf dem Gerät und beanspruchen dort Speicherplatz – eine automatische Löschfunktion für Bilder auf dem Gerät fehlt unter iOS und dürfte aufgrund des restriktiven Apple-Betriebssystems wohl auch kaum kommen. Apropos löschen: Anders als Loom und Fotostream bietet Carousel keine direkte Möglichkeit, ein Bild aus dem Stream zu entfernen. Der Workaround ist aber denkbar einfach: Man muss das Bild nur aus dem Camera-Uploads-Ordner von Dropbox entfernen, um es auch in Carousel verschwinden zu lassen. Ärgerlich auch: Es gibt weder Bearbeitungsoptionen, noch können die verschiedenen Alben derzeit mit irgendeiner PC- oder Mac-Software synchron gehalten werden. Dafür erlaubt Carousel das Sharing, nicht nur in sozialen Netzen, sondern auch per Mail, Handynummer oder Dropbox-intern. Und so schließt Carousel eine wichtige Lücke, die bislang in der Dropbox-App klaffte: Fotos werden nun ansprechend und vor allem übersichtlich präsentiert – womit der Dienst letztlich zu Apples iCloud-Fotostream aufschließt.



Die Dropbox-App präsentiert Bilder wenig ansprechend.



Dropbox setzt im Browser auf einfache Bildvorschau mit Download- und Teilen-Funktion

ICLOUD FOTOSTREAM

Als alter Platzhirsch hat Apples Fotostream natürlich einen gewissen Heimvorteil auf Apple-Geräten, da er tiefer ins System von iOS und Mac OS X integriert ist. Der Ansatz zur Cloud-Synchronisation ist einfach wie effektiv: Die im Smartphone-Speicher liegenden Fotos werden bei bestehender Internetverbindung via iCloud in den sogenannten Fotostream auf dem Apple-Server kopiert, der bis zu 1.000 Bilder enthalten kann. Wird das 1.001. Bild hochgeladen, wird das erste automatisch aus dem Stream gelöscht. Von dort aus werden sie automatisch auf alle anderen Endgeräte übertragen, wodurch alle 1.000 Bilder jederzeit automatisch auf iPhone, iPad, dem Mac und bei Einsatz der iCloud-Software auch auf dem PC vorhanden sind. In Apples iCloud.com-Webservice sind die Bilder anders als die Dropbox-Carousel-Fotos nicht einsehbar, können jedoch in Form eines öffentlichen Fotostreams an andere User weitergegeben werden. Sind die Bilder einmal übertragen, handelt es sich um vollständige lokale Kopien der Fotos. Der Vorteil dieser Lösung ist, dass alle aus dem Stream synchronisierten Bilder offline verfügbar sind. Dem steht der Nachteil gegenüber, dass die Bilder dadurch zum Teil doppelt auf dem Gerät vorhanden sind und entsprechend Gerätespeicher fressen, zudem fehlt (noch?) die Möglichkeit, Videos zu übertragen – diese

DETAILS	DROPBOX	CAROUSEL	ICLOUD
Website	www.dropbox.com	www.carousel.com	www.apple.de
Preis	kostenlos	kostenlos	kostenlos
Speicher (kostenlos)	2 Gigabyte	2 Gigabyte	1.000 Fotos / 5 GB
Speicher (maximal)	500 Gigabyte	100 Gigabyte (In-App) 500 Gigabyte (via Dropbox)	1.000 Fotos / 50 GB

müssen nach wie vor manuell auf den Rechner oder andere Endgeräte geschoben werden, was gerade für Einsteiger nicht logisch ist. Der größte Vorteil von Apples Fotostream im Vergleich zu Carousel liegt in seiner Einfachheit: Da alle Apple-Endgeräte heutzutage ohnehin an eine Apple-ID angeschlossen sind, ist die Synchronisation automatisch mit an Bord, allerdings zu dem Preis, sich auf das Apple-Ökosystem zu beschränken. Zudem lässt sich die iCloud zwar kostenpflichtig vergrößern, auf den Fotostream hat das jedoch keinen Einfluss – es bleibt bei 1.000 Bildern.

FAZIT

Egal ob Carousel oder iCloud Fotostream: Alle beiden Cloud-Uploader leisten das, was sie versprechen. Eine grundsätzliche Empfehlung können wir aufgrund der verschiedenen Konzepte nicht abgeben, allerdings sollte Apple dringend die fehlende Video-Synchronisation nachrüsten und die Beschränkung auf 1.000 Bilder aufheben, um nicht den Anschluss an Carousel zu verlieren. Die App ist – obwohl zum Testzeitpunkt erst in Version 1.0.1 vorliegend – schon eine echte Alternative, zumal der reguläre Dropbox-Speicherplatz genutzt wird. Zudem ist die App auch für Android-Geräte verfügbar, Dropbox selbst läuft auf allen gängigen Betriebssystemen, wodurch Carousel nicht mit den Geräte-Einschränkungen zu kämpfen hat, die Apples Fotostream den Anwendern auferlegt. So ist und bleibt Dropbox Carousel die zurzeit flexibelste Lösung, während der Fotostream nach wie vor am einfachsten zu bedienen ist. Grundsätzlich sind beide Dienste praktisch – und es spricht natürlich auch nichts dagegen, sie parallel zu verwenden.

RUNDUM-KAMERA FÜRS SMARTPHONE

Für Action im Freien ist das Smartphone nicht immer die beste Kamera: viel zu empfindlich und umständlich zu fixieren. Da schafft SOCAM Abhilfe. Wir haben diese interessante Zusatzkamera getestet.

von Timo Stoppacher



Die SOCAM ist eine Kamera, die für die Verwendung mit einem Smartphone konzipiert wurde. Denn sie hat keinen Bildschirm und nur rudimentäre Tasten zur Bedienung. Die Entwickler dachten sich wohl, dass sie darauf verzichten können, wenn sowieso jeder ein Smartphone dabei hat. Deshalb kann die SOCAM über eine App eingestellt werden. Die eigentliche Bedienung erfolgt über Tasten an der Kamera. Das ist am Anfang etwas ungewöhnlich und erfordert ein genaues Studium der Bedienungsanleitung. Schon mal der wichtigste Trick: Der Auslöser, den Sie oft brauchen werden, versteckt sich ohne weitere Markierung im Schalter für den Modus.

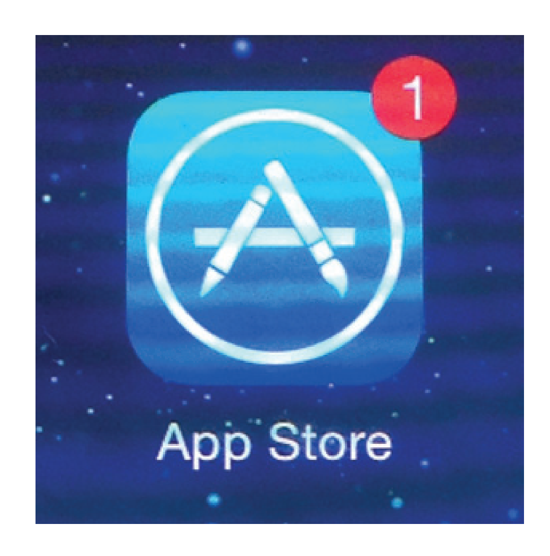
Über die App, die für Android und iPhone verfügbar ist, können dann die Einstellungen für die Aufnahmequalität für Bilder und Videos festgelegt werden. Ebenfalls ist in der App ein Live-Bild abrufbar. Das ist dann praktisch, wenn die Kamera nicht gerade montiert ist und Sie das Objektiv justieren müssen. Das ist nämlich einer der großen Vorteile bei diesem Gerät: Das Objektiv ist um 330 Grad drehbar, sodass die SOCAM in fast jeder denkbaren Lage montiert werden kann. Dabei helfen ein Gewinde und diverse mitgelieferte Adapter. Ein Gehäuse zum Spritzwasserschutz ist ebenfalls im Lieferumfang enthalten. Als Zubehör ist eine Brillenhalterung erhältlich.

Die SOCAM hat einen auswechselbaren Akku und speichert auf einer Micro-SD-Karte. Filme und Bilder können über den Micro-USB- oder über den Micro-HDMI-Anschluss ausgelesen werden. Das Anschauen über die App auf dem Smartphone ist ebenfalls möglich. Unverständlicherweise lassen sich die Bilder aber nicht aus der App auf dem Smartphone speichern. Ein direktes Hochladen ins Internet ist damit nicht möglich. Laut Hersteller soll das mit dem nächsten App-Update möglich sein.

Die Bilder und Videos, die die SOCAM aufnimmt, können sich sehen lassen. Insbesondere die Video-Qualität ist mit FullHD-Auflösung und Zeitlupenaufnahmen beeindruckend. Beim Fotografieren ist es dann eher Glückssache, ob die gewählten Einstellungen dann noch zum Bild passen. Auch die Fokussierung lässt sich nicht steuern. Daher ist die SOCAM in erster Linie für Videoaufnahmen empfehlenswert.

Die SOCAM ist zurzeit nur bei Conrad zum Preis von 249 Euro erhältlich. www.socam.me www.conrad.com

APP-TO-DATE



(ts) Viele Apps, die wir in den letzten Ausgaben vorgestellt haben, bekamen in den letzten Wochen interessante neue Funktionen. Hier ein Überblick über die aktuellen Updates:

- ProCamera 7 hatte schon im letzten Update viel Neues zu bieten. Nun sind das Speichern von Bildern im TIFF-Format, mehrere Werkzeuge zur Schatten- und Glanzlicht-Korrektur und diverse Teilen-Optionen hinzugekommen. Eine eigene Dateiverwaltung namens Lightbox soll die Verwaltung der Aufnahmen in der App einfacher machen. ProCamera 7 ist weiterhin ausschließlich für das iPhone erhältlich.
- Einer macht es vor, andere machen es nach: Nachdem es bei Instagram mittlerweile möglich ist, Bilder und Videos auch als Direktnachricht zu senden, zieht Vine nach. Mit dem letzten Update der App können private Videos aufgenommen und an andere Vine-Nutzer versendet werden. Damit sind zeitversetze Videogespräche möglich. Als Nachricht aufgenommene Videos lassen sich nicht mit den regulären Followern teilen. Dafür können öffentliche Videos bzw. der Link zu ihnen in privaten Nachrichten verschickt werden. Diese Funktion wurde sowohl für das iPhone als auch für Android-Geräte implementiert.
- Aus TWOP (The World of Pictures) ist gut ein Jahr nach dem Launch Picjerry geworden. Neben der Namensänderung erfolgte ein umfangreiches Redesign von App und Webseite und es wurde eine Community integriert. Die App kann nun nicht nur Bilder hochladen, sondern bietet auch diverse Bearbeitungsfunktionen wie zuschneiden, anpassen von Helligkeit und Kontrast, Rote-Augen-Retusche und noch einiges mehr. Weiterhin enthalten sind die Fotoaufträge, mit denen man (Smartphone-)Fotos schnell und unkompliziert zum Verkauf anbieten kann. Es gibt jedoch immer noch keine Version für Android-Geräte, diese soll noch im Laufe des Jahres erscheinen. Dafür ist der Upload über www.picjerry.com möglich.
- Alle Nutzer der Fotolia Instant-App (nur für iPhone) nehmen mit jedem über die App hochgeladenen Bild automatisch am Instant Contest teil. Der Fotograf des Bildes, das sich in 2014 in der Instant Collection am besten verkauft, gewinnt Credits im Wert von 5.000 Euro. Mehr Infos zum Wettbewerb unter http://www.fotolia.com/instantcontest.
- Mit der neuen Version der App für das soziale Netzwerk Flickr gibt es mehr Bearbeitungsmöglichkeiten. Außerdem sind jetzt Videoaufnahmen in HD möglich. Und den kostenlosen 1.000 Gigabyte Speicherplatz wird so schnell keiner voll kriegen.

APP IN DEN SÜDEN

Smartphones sind Alleskönner – und das in jeder Situation. Wer sein Gerät mit in den Urlaub nimmt, hat einen persönlichen Assistenten für viele Lebenslagen bei sich. Das internetfähige Handy navigiert genau so durch den fremden Urlaubsort, wie es den Ferienbildern einen ganz individuellen Schliff gibt.

von Bettina Blaß

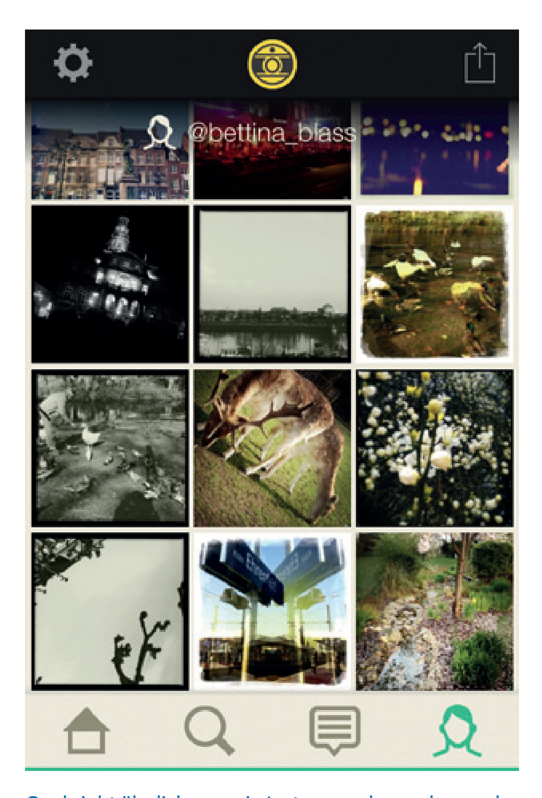
Eine der wichtigsten Fragen im Urlaub ist: Wie wird morgen das Wetter? Zwar haben Smartphones in der Regel bereits eine Wettervorhersage-App von Werk aus installiert – aber es geht noch besser. Beispielsweise mit der Wetter-App von Yahoo, die es für Android- und Apple-Geräte kostenlos gibt. Sie sagt das Wetter stundengenau vorher, und hat detaillierte Informationen zum Niederschlag und der Windstärke.
Nächster wichtiger Punkt: Wie finde ich mich in der fremden Stadt zurecht? Die Anbieter von Navigationsgeräten haben auch Apps fürs Smartphone entwickelt. Wer sie kauft, spart sich ein zweites Gerät in der Tasche beziehungsweise die Kosten, um eines mit dem Mietwagen zusammen zu leihen. Navigon-Apps beispielsweise gibt es für Android, Apple und Windows Phone, Tomtom für Apple und Android. Kurzentschlossene, flexible Reisende oder Urlauber auf einem Roadtrip profitieren von den Last-minute-Hotel-Apps. Diese aktualisieren ihr Angebot im Regelfall vormittags, und wer dann schnell ist, kann ein echtes Schnäppchen machen. Hier bieten sich beispielsweise die Apps Hotels now, Hotel tonight oder Book it now an. Aber Achtung! Sie sind nicht in jedem Land aktiv – darum schon zuhause überprüfen, ob es Angebote im Urlaubsland gibt.

- www.navigon.de
- www.tomtom.de
- www.hotels-now.de
- www.hoteltonight.com
- www.bookit-now.com

DIE RICHTIGEN APPS FÜR DIE BESTEN URLAUBSBILDER

Das Wichtigste am Urlaub sind jedoch die Bilder. Die Auswahl an Foto-Apps ist erschlagend. Darum hat die Redaktion für Sie eine Auswahl getroffen und stellt hier ihre aktuellen Lieblinge vor:

OGGL



Oggl sieht ähnlich aus wie Instagram, kann aber mehr.

Wem Instagram auf Dauer zu langweilig ist, der sollte sich mit Oggl auseinandersetzen. Mit der App hat man im Prinzip unzählige Filter-Möglichkeiten – je nachdem, wie man „Linsen" und „Filme" kombiniert. Das hat seinen Preis: eine Mitgliedschaft kostet im Jahr rund neun, für drei Monate rund drei Euro. Dafür kann man seine Filterfavoriten speichern und hat eine intelligente Vorschau, die das Motiv in klein mit den entsprechenden Filtern bearbeitet anzeigt, bevor man sich für einen entscheidet. Man kann Oggl aber auch ohne Mitgliedschaft nutzen – hat dann jedoch weniger Filtermöglichkeiten. Nachteil von Oggl: Die App ist komplex, und man muss sich hineinarbeiten, um sie mit Spaß nutzen zu können. Oggl gehört zu Hipstamatic und ist für Apple und Windows Phone verfügbar. http://hipstamatic.com/oggl/.

SNAPSEED

Ein Bildbearbeitungsprogramm für Android und Apple. Zugegeben: Diese App ist nicht ganz intuitiv zu verstehen. Das liegt daran, dass es mächtig viel kann. Durch Tippen aufs Display erscheint ein Fenster mit den Optionen einer Anwendung. Durch Auf- beziehungsweise Abwärtsrollen wird die gewünschte Option ausgewählt, durch Wischen nach links und rechts ihre Stärke definiert. Insgesamt gibt es zwölf Anwendungen – unter anderem Beschneiden und automatische Überarbeitung, Black & White, Vintage, Grunge oder Tilt Shift.

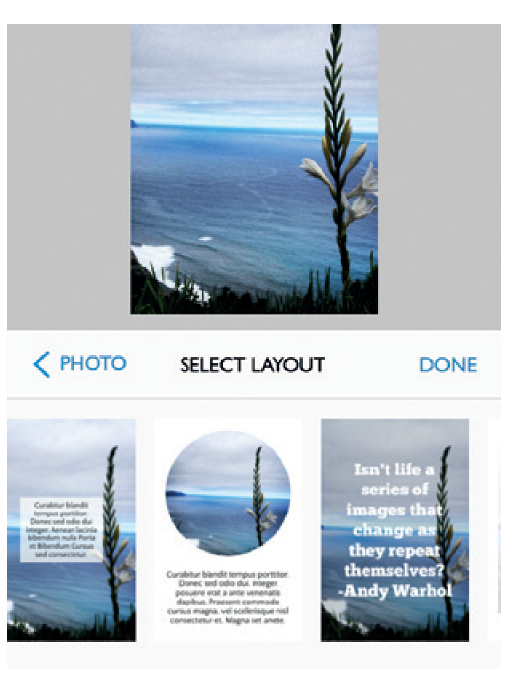
AUTOSTITCH

Mit der App fürs iPhone lassen sich Rundum-Bilder machen. Dazu macht man mehrere Bilder, die die App automatisch aneinander fügt. Um möglichst lückenlos zu fotografieren, dreht man das Handy um die eigenen Achsen. Wenn der nächste Bildausschnitt passt, zeigt die App einen grünen Rahmen an. Hat man genügend Fotos gemacht, setzt die App eine Rundumansicht zusammen. Eine ähnliche App gibt es bei Google Play: 360 Panorama, Preis im April 2014: 0,76 Euro.

STELLER



Mit Thinglink lassen sich multimediale Inhalte am Smartphone oder im Netz zusammenbauen: Eine Kombination aus Fotos, Videos und Text vermittelt mehr Informationen als ein einzelnes Foto.



Am iPhone schnell ein eigenes Urlaubsmagazin gestalten mit Steller.

...gibt es bisher nur fürs iPhone oder webbasiert. Der Nutzer stellt mit der App einen mehrdimensionalen Inhalt dar: Ein Foto wird als Hintergrundbild geladen. Es können beliebig viele Bilder zum Hintergrund hinzugefügt werden. Sie werden mit kleinen roten Symbolen dargestellt. Klickt der Betrachter darauf, sieht er das Foto mit dem beschreibenden Text dazu. Auch Videos lassen sich so einfügen.

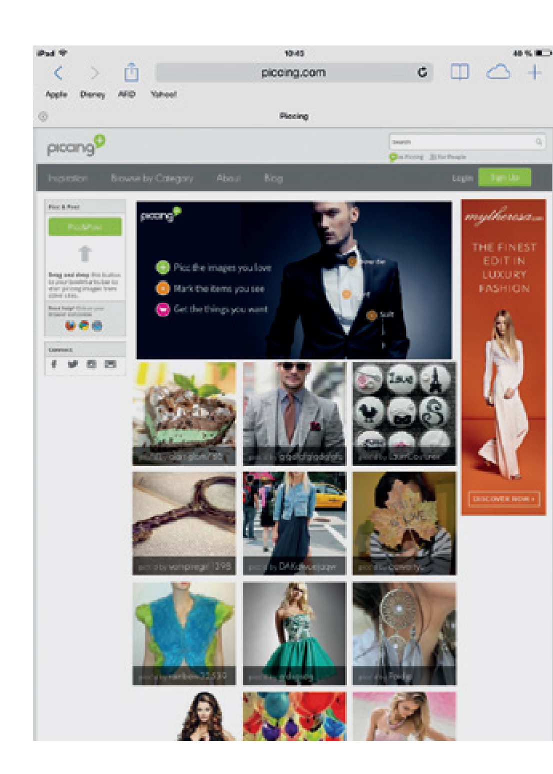
Die Macher eines ThingLink geben ihren Betrachtern so die Möglichkeit, mit einem Blick mehr über den Urlaubsort zu erfahren, als ein einfaches Foto vermitteln kann.

www.thinglink.com

Mit den schönsten Bildern ein digitales Magazin machen. Man öffnet die App, meldet sich an und kann dann Seiten mit Fotos aneinanderfügen. Für die Seiten gibt es einige Layout-Vorschläge, so dass keine Seite wie die andere aussieht. Auf einigen Seiten kann man erklärende Texte hinzufügen. Außerdem lassen sich Videos in das digitale Magazin einbetten. Steller gibt es leider bisher nur fürs iPhone. Das Endprodukt lässt sich auf Facebook, Twitter oder Pinterest teilen. Sollte allerdings der Service eines Tages eingestellt oder verkauft werden, kann das Magazin weg sein, denn es lässt sich nicht herunterladen. Die Bilder sollten darum auf jeden Fall anderweitig gesichert werden.

www.steller.co

PICCING – DAS SOZIALE FOTONETZWERK ZUM STÖBERN



Die Zahlen von Piccing klingen beeindruckend: Erst 2011 gegründet, verfügt die Plattform nach eigenen Angaben heute über mehr als 6 Millionen Mitglieder. Piccing.com wird monatlich von mehr als 1,5 Millionen Unique Usern besucht und erfreut sich über einen hohen Anstieg von zwischen 80.000 und 100.000 Neuanmeldungen am Tag. Jetzt können die Piccing-Nutzer über eine Millionen Produkte auf der Plattform finden, diese matchen und dann kaufen.

von Sandra Boerma

Piccing ist ein Empfehlungsboard, das auf Fotos basiert. Nutzer können Bilder hochladen, teilen und diese mit Artikeln verknüpfen. Diese Verknüpfung, das „Piccing", funktioniert mit Bildern, die bereits von anderen auf Piccing hochgeladen wurden oder mit frei zugänglichen Bildern im Netz.

PICCING GLEICH SHOPPEN VON HEUTE?

Den Nutzer locken attraktive Kategorien: Fashion für Damen und Herren, Stylingtipps, Kids, Deko, Kunst, tolle Plätze, Musik und vieles mehr. Die Überlegung ist gut – ein bisschen stöbern, Dinge markieren und einkaufen für ein junges Publikum. „Meiner Meinung nach haben die junge Leute genug von Facebook. Es ist nicht mehr hipp genug. Keiner will mit den Eltern oder anderen Verwandten in Social Communities befreundet sein. Junge Erwachsene brauchen einen Raum, in dem sie sich selbst darstellen können – ohne vermeintliche Kontrolle und um Neues für sich zu entdecken", so Dirk Spielmann, CEO von Piccing.com, kürzlich. Die Nutzer entdecken das, was sie interessiert, finden Anregungen bei anderen, geben selbst Empfehlungen und stellen sich dar. Logisch, dass es hier auch möglich ist, anderen zu folgen oder Freunde einzuladen. Dabei geht es in erster Linie vermutlich nicht um Shopping, sondern einfach nur um den Spaß an der Sache.
Bisher stand bei Piccing die mobile Nutzung nicht im Fokus. Das soll nun anders werden. Die Piccing-App ist seit Mitte April auch in Deutschland verfügbar.

WERBUNG IN PERSONALISIERTER FORM

Piccing gibt an, dass die Produktpalette aktuell erheblich erweitert wird. Dies ist nach einem ersten Eindruck auch nötig, denn als Nutzer findet man zum Teil nicht das entsprechende Angebot zum fotografierten Produkt beziehungsweise landet zum Teil auf englischsprachigen oder schweizerischen Angebotsseiten und findet so schnell kein passendes deutsches Angebot.

Unter den Marken, mit denen Piccing zusammenarbeitet, finden sich unter anderem bereits einige bekannte deutschsprachige Angebote wie zum Beispiel s.Oliver, C & A , Swarovski oder Expedia. Mit Nutzernamen, die den jeweiligen Markennamen entsprechen, wird kräftig gepicct – mit Linkverweis auf den entsprechenden Online-Shop.

Piccing ist natürlich auch eine Werbeveranstaltung: Anbieter bewerben ihre Produkte und Nutzer geben persönliche Empfehlungen ab. Piccing arbeitet seit Ende 2013 mit dem Matching-Tool „Picc it. Live it.“. Mitglieder, die Dinge markieren, erhalten Empfehlungen von ähnlichen Artikeln aus bestehenden Shops. „So werden Bilder mit der realen Welt verknüpft und monetarisiert.“ erklärt man bei Piccing das Prinzip. Empfiehlt jemand ein Produkt und es wird dann gekauft, erhält der Nutzer nach Angaben des Plattformbetreibers zukünftig eine Provision.

PICCING FÜR SMARTPHONE-FOTOGRAFEN?

Lohnt sich Piccing für Smartphone-Fotografen? Das wird die Zeit zeigen – nach heutiger Sicht allerdings eher nicht. Das Teilen und Piccen von Fotos, um Geld zu verdienen, dürfte



mit einem ordentlichen Zeitaufwand einhergehen, welcher einem unklaren Ausgang beziehungsweise Verdienst entgegensteht.

Zudem fand sich auf der Piccing-Seite keine erkennbare Upload-Funktion für eigene Fotos. So bleibt bis jetzt nur, Fundstücke aus dem Web zu „piccen“.

UND IN WELCHE RICHTUNG GEHT‘S?

Jeder sollte sich selbst überlegen, ob er ein Teil von Werbemaßnahmen sein möchte, denn durch persönliche Empfehlung wird natürlich in gewisser Weise auch Werbung betrieben und für ein Produkt oder eine Marke gesprochen.

Insgesamt scheint Piccing noch nicht vollständig in Deutschland angekommen und wirkt in diesem Markt noch nicht ganz fertig. Die Suche nach „Kleid“ auf Deutsch ergab zum Beispiel nur drei Treffer – ohne irgendwelche weiteren Einschränkungen. Die englische Sprache herrscht deutlich vor. Das ist sicher ausbaufähig.

www.piccing.com

EyeEm SETZT AUF DER ÜBERHOLSPUR AN


Im Interview: Florian Meissner, EyeEm-CEO

In letzter Zeit lässt die junge Berliner App EyeEm häufig und laut von sich hören. Anfang des Jahres 2013 überholte EyeEm zeitweise den Facebook-Ableger Instagram in den US-Foto- und Video- App-Charts. Jetzt gibt es eine weitere Nutzungsmöglichkeit der App für Smartphone-Fotografen: Sie können bald über einen auf EyeEm eingerichteten Marktplatz Ihre Werke vertreiben.

von Sandra Boerma

EyeEm hat eine Kooperation mit Getty gestartet, damit EyeEm-nutzende Fotografen ein weites Feld von potentiellen Kunden ansprechen können. Markus Spiering, bisheriger Flickr Produkt-Chef, soll zukünftig als Product & General Manager US die Produktentwicklung von EyeEm forcieren und den Ausbau des Geschäfts in den USA vorantreiben.

Damit signalisiert EyeEm gute Voraussetzungen, am Markt erfolgreich zu bestehen und in der Fotowelt die eigenen Visionen weiter voranzutreiben und mit Weitblick umzusetzen. Die kostenlose EyeEm-App gibt es für iOs und Android. Sie ist aktuell in 20 Sprachen verfügbar und wurde bisher mehr als 10 Millionen Mal heruntergeladen.

Im Interview erläutert uns EyeEm-Mitgründer und CEO Florian Meissner die Strategie der Foto-Community.

In drei Stichpunken: Was unterscheidet EyeEm aus Fotografensicht von anderen Foto-Communities?

Viele andere bekannte Portale sind im Grunde einfach soziale Netzwerke, auf denen Fotos und Kommentare geteilt werden und wo es vor allem darum geht, seinen Alltag visuell zu kommunizieren. Unser Ziel war von Anfang an, die beste Community für Fotografie aufzubauen. Hier kannst du nicht nur Bilder teilen, sondern dich mit anderen Fotografen verbinden, faszinierende Themen, Orte und Ereignisse entdecken, andere treffen, um gemeinsam zu fotografieren, zu lernen oder Tricks weitergeben. Kurz: Wir wollen unsere weltweite, lebendige Community dabei unterstützen, noch besser zu werden. Und bald kann sie mit dem EyeEm Market auch Geld mit ihren Fotos verdienen.



Die App für EyeEm ist für iOS und Android verfügbar.

Welche Tipps geben Sie Smartphone-Fotografen mit auf den Weg, damit ihre Bilder bei Ihnen von potentiellen Kunden gefunden werden?

Bei EyeEm werden den Bildern Ort, Datum und Zeit der Aufnahmen und damit verbundene Daten wie zum Beispiel Wetterdaten automatisch zugeordnet, solange die Ortungsdienste aktiviert sind. Daraus ergeben sich weitere kontextbezogene Schlagwörter. Dies kann mit manueller Verschlagwortung unterstützt werden — nach den bei den großen Bildagenturen üblichen Kriterien.

Wie wirkt sich die Kooperation mit Getty Images aus?

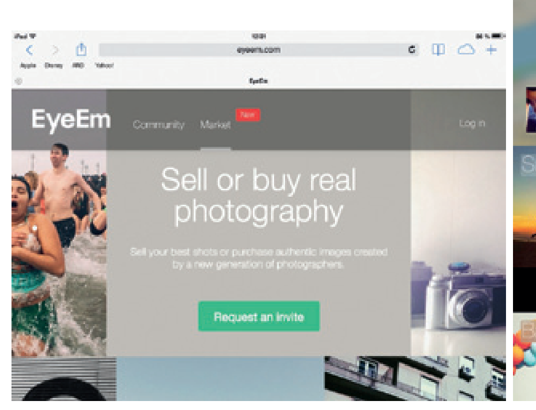
Unsere Kooperation mit Getty Images bedeutet, dass künftig ausgewählte Bilder von EyeEm für den Lizenzerwerb auf den Getty Images-Plattformen zugänglich sind, also zum Beispiel bei iStock by Getty Images und als Kollektion auf gettyimages.de. Diese EyeEm-Kollektion wird derzeit aufgebaut und wird sowohl lizenzfreie als auch lizenzpflichtige Fotos enthalten. Das ist also ein zusätzlicher Vertriebskanal für unsere Fotografen. Schwerpunkt unseres Angebots ist aber ganz klar unser eigener Marktplatz, der EyeEm Market, und den können natürlich auch alle Getty-Kunden nutzen.

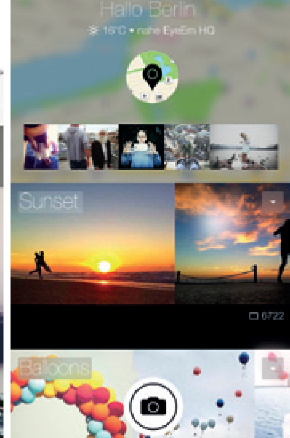
Was unterscheidet denn die Bilder der EyeEm-Fotografen von denen anderer Stock-Anbieter?

Unsere Community betrachtet die Welt um uns herum häufig aus einer ganz besonderen, unerwarteten Perspektive. Unsere Fotografen wollen die Realität einfangen, ungestellt und originell abbilden, oft mit einem sehr starken lokalen Bezug. Das nennen wir „real photography". Das sind Bilderwelten, die zunehmend nachgefragt werden und die Bildkäufern bislang nicht zur Verfügung stehen.

Bei traditionellen Medien wird eine Bildbearbeitung in der Regel wenn überhaupt nur minimal vorgenommen. Gibt es bei EyeEm Bedingungen in Bezug auf eine sichtbare Bearbeitung von Fotomaterial und Bildinhalten?

Generell glaube ich, dass im Zeitalter der digitalen Fotografie sehr selten völlig unbearbeitete Bilder eingesetzt werden. Bei EyeEm werden Bildkäufer vor allem nach einem frischen, authentischen Blick auf unsere Welt suchen. Zu diesem Ansatz passen manchmal auch Fotos, die mit Filtern oder Ähnlichem bearbeitet wurden – natürlich nicht für redaktionell genutzte Bilder.





Auch die Webseite stellt Fotos in den Mittelpunkt.

In Ihrem Blog informieren Sie Ihre Nutzer, dass Sie die Erlöse mit den Fotografen 50/50 teilen. Können Sie uns sagen, wie hier Getty ins Spiel kommt?

Genau, wir teilen unsere eigenen Erlöse in jedem Fall zu 50/50 mit den Fotografen. Über die Details unserer Kooperation mit Getty Images geben wir jedoch keine Auskunft.

Vertreiben Sie die Bilder aus Ihrem Marketplace über Getty sowohl an redaktionelle Medien als auch an kommerzielle Marktsegmente?

Die EyeEm Kollektion bei Getty Images wird Royalty Free und Rights Managed Bilder enthalten, sowohl für die kommerzielle als auch die redaktionelle Nutzung.

In etwa als Ihre Zusammenarbeit mit Getty bekanntgegeben wurde, berichteten mehrere Medien über eine Nachricht von Getty an seine Contributors, aus der hervorgehe, dass Getty seine Kooperation mit Flickr gekündigt habe. Wie positionieren Sie sich im direkten Vergleich zu Flickr?

Bereits lizensierte Flickr-Bilder wird es ja weiterhin auf der Getty-Webseite geben. Insofern müssen wir uns auch nicht gegenüber Flickr positionieren. Wir haben ganz unterschiedliche Wurzeln. Bei EyeEm stand einerseits der Community-Aspekt schon immer ganz vorn, wir sind gleichzeitig ein stark von der Technologie getriebenes Unternehmen. Was Flickr und EyeEm eint, ist die Leidenschaft für Fotografie – auch bei uns längst nicht mehr ausschließlich Smartphone-Fotografie.

Und verstehen Sie dies als eine Bestätigung, dass Smartphone-Fotografie enorm an Bedeutung gewinnt?

Ich denke, es geht hier nicht um ein Entweder/Oder, sondern um ein Sowohl-als-auch. Getty Images hat Kunden in über 100 Ländern und deren Bedürfnisse wachsen und verändern sich auch. EyeEm fügt hier nun eine neuartige Facette hinzu, von der Getty Images überzeugt ist, dass für sie eine große Nachfrage besteht.

Mit welchem Smartphone fotografieren Sie persönlich am liebsten?

Teil der Gründungsgeschichte von EyeEm ist es ja auch, dass mir vor Jahren in New York meine DSLR-Ausrüstung gestohlen wurde. Seitdem ist mein bevorzugtes Werkzeug tatsächlich die Kamera in meinem Smartphone. Die Marke spielt dabei keine Rolle, schließlich gibt es ja EyeEm sowohl für iOS als auch für Android...

IMMER MEHR SMARTPHONE-AGENTUREN

Am Anfang waren es drei!

Inzwischen sind mindestens zehn Bildanbieter auf dem Markt, die ausschließlich Smartphotos anbieten, oder die solche Bildmotive zusätzlich zu Ihren anderen digitalen Bildern im Vertrieb haben.

Die ständigen technischen Verbesserungen und mehr Zusatzgeräte haben den Aufschwung dieser neuen Fototechnik ermöglicht.
Fotoagenturen die ständig Smartphone-Fotos anbieten:

ALAMY
www.alamy.com
E-Mail: sales@alamy.com

CLASHOT INC
www.clashot.com
support@clashot.com

EYEEM MOBILE GMBH
www.eyeem.com
hello@eyeem.com

FACE TO FACE
www.facetoface.de
research@facetoface.de

FOAP
www.foap.com
david@foap.com

FOTOLIA
www.fotolia.com
über Homepage-Kontaktformular

SHUTTERSTOCK
www.shutterstock.com
support@shutterstock.de

SCOOPSHOT
www.scoopshot.com
info@scoopshot.com

PICJERRY
www.picjerry.com
(früher www.theworldofpictures.de)
support@picjerry.com

WESTEND61
www.westend61.de
service@westend61.de

Berufsfotografen und Amateure die aktuelle Smartphotos rund um das Tagesgeschehen aufnehmen, wie Politik, Katastrophen, Unfälle, Promis etc. werden Ihre Fotos – soweit vom Thema her wirklich interessant – ihre Bilder über diese Agenturen vermarkten können.

Das „Thema“ regelt den Fotoverkauf bei sehr aktuellen Bildern, nicht der Kameratyp entscheidet. Smartphone-Fotografen haben überall eine Chance wenn sie wirklich eine tolle Aufnahme haben, die aktuell oder zeitnah ist.

WER BILDER PUBLIZIERT HAT AUCH RECHTE

Smartphones machen immer bessere Bilder und man hat sie immer dabei. Konsequenterweise veröffentlichen dadurch auch immer mehr Medien Bilder, die mit dem Smartphone aufgenommen wurden. Gefragt sind bei vielen Zeitungen unter anderem Bilder von aktuellen Ereignissen wie Unfällen, Sportevents oder Bilder von Promis.

von Ulrich Philipp

Was viele der (zumeist) Hobby-Fotografen nicht wissen ist, dass sie nach Veröffentlichung der Bilder auch für die weitere Nutzung durch Dritte entlohnt werden. Voraussetzung ist allerdings, dass sie Mitglied der Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst (VG Bild-Kunst) sind und dieser die Veröffentlichung mitteilen. Gegenüber der VG wiederum muss nachgewiesen werden, dass aus künstlerischer oder publizistischer Tätigkeit Einkünfte bezogen wurden. Die VG Bild-Kunst schützt dann die Urheberrechte des Fotografen. Sie richtet sich aber nicht an Menschen, die beispielsweise ihre Fotos in sozialen Netzwerken posten oder auf ihrer privaten Homepage veröffentlichen.
Gegründet wurde die Verwertungsgesellschaft im Jahr 1968 in Frankfurt am Main. Die bildenden Künstler wollten nach dem Vorbild der Musikschaffenden und literarischen Autoren ihre urheberrechtlichen Interessen wahrnehmen. Sie beriefen sich dabei zunächst auf das sogenannte Folgerecht. Dieses verpflichtete im Urheberrechtsgesetz von 1965 Galeristen und Auktionäre beim Weiterverkauf von Kunstwerken ein Prozent der Erlöse an die Urheber oder deren Erben zu bezahlen. Damit waren die Künstler, die ihre Werke nur einmal verkaufen konnten, an der Wertsteigerung auf dem Kunstmarkt beteiligt. Die neue „Bild-Kunst Gesellschaft zur Wahrnehmung und Verwertung der Rechte und Ansprüche bildender Künstler“ wie die VG damals noch hieß, setzte sich zum Ziel, diese Regelung durchzusetzen und zu verbessern. Und das mit Erfolg.
Seit 1982 werden auch Filmurheber und Filmproduzenten in die VG Bild-Kunst aufgenommen. Ihr Interesse war durch die rapide Zunahme der privaten Nutzung von Tonkassetten und Videogeräten geweckt worden. Seit 1985 können auch Szenen-, Kostümbildner sowie Filmarchitekten eintreten.
Heute ist die Hauptabteilung der VG Bild-Kunst mit 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Bonner „Haus der Kultur“ untergebracht. Daneben wird noch ein Büro in Berlin unterhalten, in den Räumen des „Büros für Urheberrechte“ der früheren DDR. Mit anderen deutschen Verwertungsgesellschaften arbeitet die VG Bild-Kunst eng zusammen. So verwaltet sie die Bibliothekstantieme in einer gemeinsam mit der VG Wort und der GEMA gegründeten Zentralstelle. Mehr als 40 Jahre nach ihrer Gründung hat sie heute rund 52.000 Mitglieder.
Um Mitglied zu werden, muss man entweder Urheber oder aber Rechtsnachfolger (Erbe bzw. Bevollmächtigter) eines Urhebers sein. Daneben sind Bild- oder Fotoagenturen sowie



Geschäftsführender Vorstand der VG Bild-Kunst ist seit 2012 Dr. Urban Pappi. (Foto: Jürgen H. Krause)

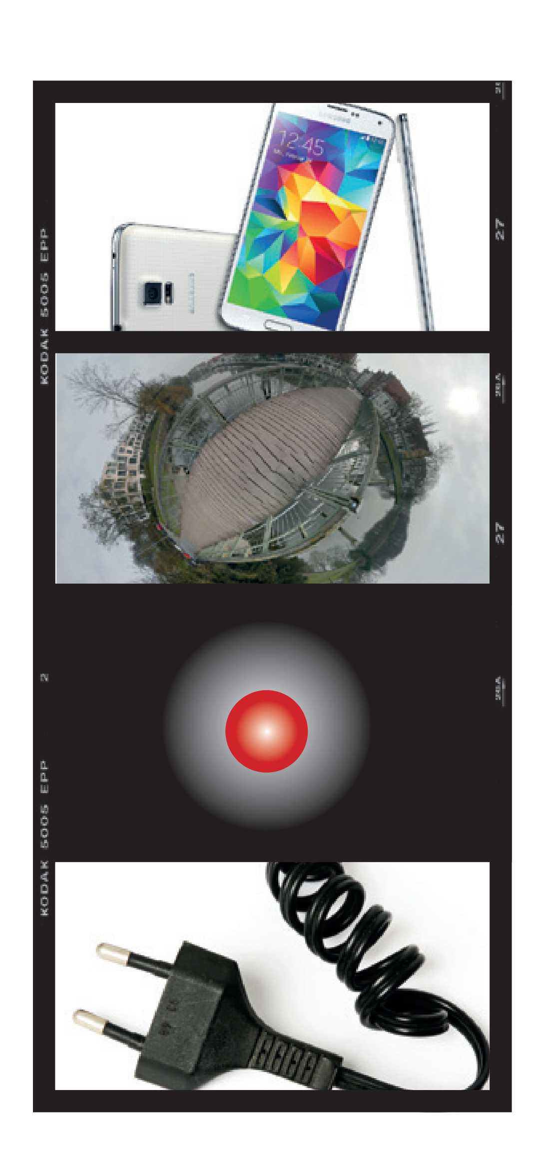
Bild- oder Fotoarchive Mitglieder in der VG Bild-Kunst.
Die Mitgliedschaft ist kostenlos und erfolgt über die Unterzeichnung eines sogenannten Wahrnehmungsvertrages, der online unter (www.bildkunst.de) angefordert werden kann. Die Jahresmeldungen der veröffentlichten Bilder können ebenfalls online gemacht werden.
Je nach Tätigkeit wird jedes Mitglied einer Berufsgruppe zugeordnet. Zur Berufsgruppe I gehören die sogenannten Bildenden Künstler wie beispielsweise Maler oder Bildhauer. Zur Berufsgruppe II zählen Fotografen, Bildjournalisten, Grafiker, Illustratoren, Designer, Karikaturisten, Pressezeichner und Bildagenturen. Die dritte Berufsgruppe setzt sich schließlich zusammen aus Regisseuren, Kameraleuten, Cuttern, Filmarchitekten, Szenenbildnern, Kostümbildnern, Trickfilmzeichnern sowie Produzenten von freien (Co-) Produktionen. Drehbuchautoren, Schauspieler oder Komponisten werden dagegen nicht von der VG Bild-Kunst vertreten sondern (in dieser Reihenfolge) von der VG Wort, der GVL und der Gema.
Jeder Urheber muss der VG Bild-Kunst die Bilder melden, die er im Laufe eines Jahres veröffentlicht hat. Im darauffolgenden Jahr werden die Erträge dann entsprechend der Verteilungspläne ausgeschüttet. Die Umsätze der VG bewegen sich im mehrstelligen Millionenbereich. Dementsprechend können die Erträge für die Urheber unter Umständen sehr hoch sein.
Das verwundert nicht, wenn man genauer betrachtet, wer alles Gebühren an die VG Bild-Kunst abführt. Es gilt die Regel: Egal wofür Kunstwerke verwendet werden, es muss eine Lizenz bezahlt werden. Neben der Veröffentlichung auf Bildschirmen, Broschüren, Plakaten und Postkarten ist beispielsweise auch das Verwenden von Kunstwerken (d.h. Werken der Bildenden Kunst und der Fotografie) als Briefmarkenmotiv kostenpflichtig. So beträgt die Gebühr für die Nutzung auf einer Briefmarke bei einer Auflage von 25 Millionen Marken 10.000 Euro. Liegt die Auflage darüber steigt die Gebühr der VG Bild-Kunst auf 13.000 Euro. Für ein Foto auf einem CD-Cover steigt die Gebühr ebenfalls mit der Auflage. Bei einem einmaligen Abdruck mit einer Auflage von 1000 Stück sind 244 Euro fällig. Bei 20.000 Exemplaren beträgt die Gebühr 879 Euro. Alle weiteren angefangenen 10.000 Stück kosten erneut 198 Euro.
Die Einnahmen der VG variieren von Jahr zu Jahr, daher sind die Ausschüttungen an die Urheber auch immer wieder unterschiedlich. Sie hängen beispielsweise davon ab, in welcher Auflage das veröffentlichende Medium erscheint, wie groß das Bild gedruckt wurde usw. Im Jahr 2012 flossen rund 58 Millionen Euro in die Kassen der VG Bild-Kunst. Etwa 54,5 Millionen Euro davon wurden an die etwa 52.000 Mitglieder und Urheber ausbezahlt. Von den restlichen 3,5 Millionen Euro wurden rund 2 Millionen an Gehältern bezahlt. Mit mehreren hunderttausend Euro förderte man soziale und kulturelle Zwecke.

VORSCHAU

Die nächste Ausgabe von SMART PHOTO DIGEST erscheint am 15. August 2014. Darin finden Sie u.a. folgende Themen:

SAMSUNG GALAXY S5

Eine der spannendsten Neuerscheinungen in diesem Jahr im ausführlichen Test.



360°-AUFNAHMEN

Google Views erlaubt jedem, beeindruckende Panorama-Fotos zu veröffentlichen.

BESSERE VIDEOS

Neue Apps erleichtern Video-Aufnahmen und ermöglichen Live-Sendungen direkt vom Smartphone.

UNTER STROM

Fotografieren und Filmen zehren am Akku. Wir stellen externe Akkus vor und geben Energiespartipps fürs Smartphone.

FRAGEN/MEINUNGEN/KOMMENTARE

„Leserbriefe“ und „Meinungsäußerungen“ an unsere Redaktion kommen per E-Mail, über das Telefon oder werden bei Tagungen und Messen vorgetragen. Der „Leserbrief“ im eigentlichen Sinn gibt es kaum noch. VISUELL und jetzt auch SMART PHOTO DIGEST lässt sich inspirieren.

Soweit ähnliche, gleiche oder gute Ideen vorgetragen werden, haben wir nicht nur „ein offenes Ohr“ sondern beide Ohren sind aufnahmebereit.
Die Meinung von Bildnutzern zum Thema Honorare erforschte die Redaktion auf dem PictaDay und durch Telefonumfragen.

Die Rechte an Texten, Fotos und bei der Musikverwendung sind nicht mehr kontrollierbar. Anwälte reiten auf einer nie gekannten Abmahnwelle. Eine sehr brisante Frage, die mehrmals gestellt wurde.
Über dieses brisante Thema berichtet VISUELL + Smart Photo Digest in einer späteren Ausgabe. Machen Sie Vorschläge? Wie soll das Urheberrecht geändert werden? Ganz abschaffen? Soll die Abwicklung Verwertungsgesellschaft eingebunden werden?

„Bei der Bilderflut zahle ich keine Phantasiepreise“ wie vom MFM empfohlen.
Die Preise aushandeln wie in orientalischen Ländern ist für viele sehr ungewohnt aber heute beim Bildeinkauf Realität. Siehe unser Bericht auf Seite 16.

Gegen die Senkung der Abopreise für VISUELL zusammen mit der Lieferung der neuen Zeitschrift MART PHOTO DIGEST hat wohl niemand Einwände. Warum ist VISUELL in dem Doppelheft so weit nach hinten verlegt worden?
Zwei Redaktionen arbeiten an dem Doppelheft. Die Traditionszeitschrift VISUELL ist jetzt weiter vorne, SMART PHOTO DIGEST folgt. Die Preissenkung wurde durch die größere Auflage und den zusätzlichen Verkauf über den Zeitschriftenhandel möglich.

Wo sind die Gemeinsamkeiten von SMART PHOTO DIGEST + VISUELL?
Es geht in beiden Fällen um Motive. Ob diese elektronisch entstehen oder mit der alten Plattenkamera ist nicht entscheidend. Entweder passen das Motiv und die Technik zum Verwendungszweck oder nicht. Der Verbraucher entscheidet.
Die Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst hat oft deckungsgleich dieselben Rechtsfragen, die bei Fotos mit Smartphones oder einer anderen Aufnahmetechnik entstehen, zu klären oder zu verfolgen. Hinter allen Aufnahmegeräten steht im Normalfall ein Mann oder eine Frau, der den Auslöser bedient, den Ausschnitt und Blickwinkel festlegt und vor allem die Idee für das Bild liefert.

ANZEIGENKUNDEN IN DIESER AUSGABE

IMPRESSUM

VISUELL+SMART PHOTO DIGEST
Herausgeber: Dieter Brinzer

Verlagsanschrift:
Presse Informations
Aktiengesellschaft (PIAG)
Rathausplatz 7
76532 Baden-Baden
www.piag.de, office@piag.de
Tel. + 49 (0) 7221 301 75 60
Fax + 49 (0) 7221 301 75 70

Redaktion SMART PHOTO DIGEST:
Timo Stoppacher
Jahnstraße 9, 51147 Köln,
Tel.: +49 (0) 2203 5693323,
E-Mail: ts@smart-photo-digest.de

Redaktion VISUELL:
Dieter Franzen, Dr. Ulrich Philipp,
Ulla Baum, Dieter Brinzer

Ständige Mitarbeiter:
Heiko Fischer, Thorsten Winkler

Weitere Autoren dieser Ausgabe:
Bettina Blaß, Sandra Boerma,
Christian Rentrop, Ralf Schellen,
Markus Siek, Manou Wahl

Marketing/Anzeigen:
Marion Wittmann
Tel.: + 49 (0) 7221 301 75 60
E-Mail: anzeigen@piag.de
Mediendaten unter www.piag.de
(VISUELL+SMART PHOTO DIGEST)

Bezugskosten:
Deutschland als PDF oder Print
mit viermaligem Versand/Jahr:
23,60 EUR,
Übriges Europa (4x): 32,00 EUR
Kiosk-Verkauf: 5,90 EUR,
Einzelversand inkl. Porto: 6,90 EUR
Abo-Verlängerung automatisch,
soweit nicht 6 Wochen vor Ablauf des
Bezugszeitraums gekündigt wurde.

Bestellung:
Tel.: + 49 (0) 7221 301 75 60
Einzelhefte, Abos, Fachbücher
E-Mail: bestellung@piag.de

Bank: Postbank Karlsruhe,
BLZ 660 100 75,
Kto.-Nr.: 2745 4756
IBAN DE18 6601 0075 0027 4547 56
BIC (SWIFT) PBNKDEFF

Grafik: Inka Carolin Zellner,
E-Mail: inka_zellner@gmx.ch
Lektorat: Ulla Baum
Tel.: + 49 (0) 7221 301 75 60

Erscheinungsweise:
VISUELL+SMART PHOTO DIGEST
erscheint vierteljährlich.
Die nächste Ausgabe erscheint am
15. August 2014. Musterseiten
können Sie unter Angabe des
Namens und der E-Mail-Adresse
beim Verlag kostenlos anfordern.

Vertrieb:
IPS Pressevertrieb GmbH
Postfach 1211
53340 Meckenheim
Tel.: +49-2225-8801-0
Fax: +49-2225-8801-199
eMail: info@ips-pressevertrieb.de
– sowie bestellung@piag.de
www.smart-photo-digest.de
facebook.com/SmartPhotoDigest